

Содержание

СЕКЦИЯ 1 СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ	6
Феномен интернет-зависимости у студентов с разным уровнем тревожности (Большакова А.В.).....	6
Позитивное влияние фиджитал-спорта на личность спортсмена (Корбут А.И.).....	9
Влияние рекламы на психическое состояние студентов (Мгдесян С.С.).....	11
Отношение студентов к процессам цифровизации в сфере образования (Нейман С.С.).....	13
СЕКЦИЯ 2 ЦИФРОВАЯ ТРАНСОФРМАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ	16
Цифровизация в сфере предоставления государственных услуг (Гринченко К.С.)	16
Правовая культура граждан в условиях цифрового муниципалитета (Еремейкина Л.Л.)	19
Цифровизация государственного управления как фактор развития гражданского общества в России (Наракшина А.М.).....	21
«Электронное правительство»: подходы к пониманию, тенденции правового регулирования в России (Подрезенко Я.В.)	23
«Госуслуги» в реализации цифровой трансформации предоставления государственных и муниципальных услуг (Чичкан Б.А.)	25
Цифровизация деятельности органов местного самоуправления (Шелков М.Б.)	27
СЕКЦИЯ 3 ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	29
Особенности и перспективы внедрения цифрового рубля в России (Ванцовский С.В.)	29
Цифровые финансовые активы как новый инструмент для инвестиций (Кулешов А.М.).....	31

Государственный контроль рынка криптовалюты в Российской Федерации (Шункевич Е.Д.)	33
СЕКЦИЯ 4 ЦИФРОВЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПУБЛИЧНО-ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ	35
Конкурентное право как средство регулирования цифровой экономики (Герлина А.И.)	35
Цифровое пространство как место совершения преступлений (Гончарова Д.В.)	38
Некоторые аспекты цифровизации в уголовном судопроизводстве (Дыль Д.В.)	41
Видео-конференц-связь как форма осуществления судопроизводства (Кротова К. А.)	43
Правовое регулирование рассмотрения электронных обращений граждан в России (Морозова В.Г.)	45
Проблема реализации права на образование в условиях цифровизации (Осяев В.В.)	47
Роль конкурентного права в цифровой экономике (Сафонов С.А.)	50
Информационные базы данных детей-сирот в Российской Федерации (Солосина С.Д.)	53
Цифровизация в деятельности органов внутренних дел (Сопова О.М.)	55
Правовая охрана общественных отношений в сфере собственности с использованием информационных технологий: уголовно-правовое предупреждение (Уланский Н.А.)	57
Электронный паспорт в Российской Федерации: перспективы правового регулирования (Шалабода Д.А.)	60
Цифровые технологии в публично-правовых отношениях: повышение гражданской активности и внедрение в судебную систему (Шпадырев Р.М.)	62
СЕКЦИЯ 5 ЦИФРОВЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЧАСТНО-ПРАВОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ	64
Охрана изображения гражданина в условиях цифровизации (Вознюк С.В.)	64

Продажа товаров на онлайн-платформах: проблемы защиты прав потребителей (<i>Драчева П.М.</i>)	66
Проблемы в правовом регулировании смарт-контрактов и пути их решения (<i>А. М. Крючкина</i>)	68
Правовой режим цифровых активов (токенов) (<i>Мамонова Е.А.</i>)	70
Виртуальный меч как предмет частно-правовых отношений в эпоху цифровизации (<i>Мартемьянова К.Ю.</i>)	72
Проблемы введения цифровых финансовых активов в гражданский оборот (<i>Николаевский Д.А.</i>)	74
Юридическая ответственность за вред, причиненный при использовании систем автопилотирования (<i>Стукаленко С.М.</i>)	77
Цифровизация страхования: отдельные проблемы и перспективы (<i>Чепрасов А.О.</i>)	79
СЕКЦИЯ 6 ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДИАТЕКСТА	81
Жанровые особенности стендап-шоу «Чбд» (Что было дальше?) (<i>Горбачева В.Д.</i>)	81
Способы моделирования речевого портрета тележурналиста (<i>Левицкая Д.Ю.</i>)	83
Невербальное поведение в политическом дискурсе (на материале анализа выступлений В.В. Жириновского) (<i>Юдина А.А.</i>)	85
Влияние медиacentра «ZOOM» на развитие и продвижение Алтайского государственного педагогического университета в цифровой среде (<i>Горте А.В.</i>)	87

СЕКЦИЯ 1

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛИЧНОСТИ И ОБЩЕСТВА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Феномен интернет-зависимости у студентов с разным уровнем тревожности

Большакова А. В.

*Алтайский филиал РАНХиГС
г. Барнаул*

21 век является веком цифровизации и компьютеризации. Эти процессы влияют глобально не только на человечество, но и меняют личность каждого человека, даже если он не использует компьютер или смартфон, поскольку на данный момент происходит преобразование культуры в целом [1]. Итак, с одной стороны благодаря интернету жизнь человека стала значительно легче, но с другой стороны возникло множество негативных последствий цифровизации. Появление интернет-зависимости как раз-таки является одним из проявлений обратной стороны цифровизации. Несмотря на то, что это явление образовалось сравнительно недавно, уже проведено большое количество исследований, позволяющих увидеть негативное влияние данной аддикции на человека, а также ее связь с другими психологическими феноменами, одним из которых является тревожность. Это особенно актуально, так как наша повседневная реальность наполнена большим количеством проблем, вызовов, выборов, которые требуют принятия решений, все это естественным образом психологически давит на людей, вызывая различные чувства, в том числе и тревогу. Сбежать от этого в некоторой степени помогает интернет, он помогает на время забыть о трудностях, которые происходят с нами в реальной жизни. Такой подход к данной проблеме подтверждается в исследованиях различных ученых, опираясь на которые, можно утверждать, что в результате использования интернета возникает ощущение полного контроля и владения ситуацией, что удовлетворяет одну из базовых человеческих потребностей – потребность в безопасности [2]. Особенно важно отслеживать интернет-зависимости в среде студентов, поскольку студенчество характеризуется получением профессиональных знаний, выстраиванием долгосрочных близких отношений, а уход в виртуальную среду может значительно осложнить или совсем остановить формирование важнейших новообразований данного периода.

Таким образом, исследование тревожности студентов с разным уровнем интернет-зависимости является актуальным направлением психологических исследований.

На основе анализа теоретических и эмпирических исследований была выдвинута следующая гипотеза: вероятно, студенты с уровнем интернет-зависимости выше среднего будут характеризоваться высоким уровнем личностной и ситуативной тревожности.

Изучение интернет-зависимости проводилось у студентов, обучающихся в высших учебных заведениях г. Барнаула. В эмпирическом исследовании приняли участие 58 студентов в возрасте от 17 до 24 лет, а именно 34 девушки и 23 молодых человека.

В процессе исследования было использовано две методики. Оценка интернет-зависимости осуществлялась с помощью шкалы интернет-зависимости С. Чена (CIAS) в адаптации В. Л. Малыгина и К. А. Феклисова. Для диагностики тревожности использовался интегративный тест тревожности (ИТТ), созданный на базе научно-исследовательского психоневрологического института (НИПНИ) им. Бехтерева. ИТТ отличается выделением не только уровней ситуативной и личностной тревоги, но и структурных компонентов этих

видов тревожности. В рамках данной методики, в структуру тревоги входят следующие элементы: эмоциональный дискомфорт, астенический компонент, фобический компонент, тревожная оценка перспективы, социальная защита.

По результатам теста CIAS были выделены три группы: студенты с минимальным риском возникновения интернет-зависимости (13 человек), учащиеся, имеющие склонность к возникновению зависимого поведения (29 человек) и студенты, имеющие сформированное и устойчивое зависимое поведение (16 человек). Уже на данном этапе можно было заметить масштабность проблемы интернет-зависимости.

При анализе полученных результатов мы рассчитали среднее значение по показателю интернет-зависимости для всей выборки, тем самым в дальнейшем разделив выборку на две подгруппы: с уровнем интернет-зависимости выше среднего и ниже среднего. В первую подгруппу вошли 25 респондентов, а во вторую соответственно 33. Для выявления достоверных различий был использован U-критерий Манна-Уитни, который показал наличие достоверных различий ($p < 0,05$) между группой с уровнем интернет зависимости выше среднего и группой с уровнем интернет зависимости ниже среднего по следующим шкалам: ситуационная тревожность ($p = 0,001$) и такие ее компоненты, как эмоциональный дискомфорт ($p = 0,001$), астенический компонент ($p = 0,009$), фобический компонент ($p = 0,010$), тревожная оценка перспективы ($p = 0,001$), а также личностная тревожность ($p = 0,016$) и следующие ее компоненты: эмоциональный дискомфорт ($p = 0,002$), астенический компонент ($p = 0,015$), тревожная оценка перспективы ($p = 0,012$). Это доказывает, что у людей с высокими показателями тревожности и ее вышеперечисленных компонентов более развита интернет-зависимость. Например, в тесте CIAS существует шкала проблем внутриличностных и проблем, связанных со здоровьем. У респондентов с высоким уровнем интернет-зависимости, часто проявлялись высокие баллы по этой шкале. Они отмечали, что в ущерб своему здоровью, отдыху и сну предпочитают проводить время в сети. В связи с этим у интернет-зависимых высоко развит астенический компонент тревожности, свидетельствующий в пользу повышенной психической истощаемости, усталости и вялости. Тревожная оценка перспективы еще один компонент личностной и ситуативной тревожности, который является повышенным у студентов с интернет-зависимостью. Это может быть связано с тем, что огромный поток информации, событий и новостей ежедневно проходит через наши смартфоны. Будущее представляется туманным, в сети постоянно строятся теории заговора и распространяются фейки, идет полномасштабная информационная война. Неудивительно, что у респондентов прослеживается проекция страхов не на текущее положение дел, а в перспективу, особенно ярко общая озабоченность будущим проявляется на фоне повышенной эмоциональной чувствительности.

Заключительным этапом исследования нами был проведен корреляционный анализ по критерию Спирмена, целью которого было выявление достоверных взаимосвязей между ситуативной тревожностью, личностной тревожностью и интернет-зависимостью у респондентов. Были замечены сильные корреляции по обоим шкалам: ситуативная тревожность ($r = 0,520$), личностная тревожность ($r = 0,464$). Из этого мы можем сделать вывод, что при возрастании интернет-зависимости возрастает уровень тревожности. Это позволяет говорить нам, что существует необходимость работать с зависимостью от интернета для понижения уровня тревожности, и, наоборот соответственно.

Таким образом, в рамках исследования была подтверждена изначально выдвинутая гипотеза, которая позволяет говорить о существовании взаимосвязи таких двух явлений, как интернет-зависимость и тревожность.

Подводя итоги работы, следует сказать, что Новая реальность бросает человеку новые вызовы, с каждым годом появляется всё больше различных явлений, изучение которых в рамках психологии очень важно для науки и общества в целом. В рамках исследования взаимосвязи интернет-зависимости и тревожности, на данном этапе не выявить, что из них является первопричиной, а что последствием, поэтому дальнейшие исследования данной темы являются актуальными и востребованными в современном обществе цифровизации.

Библиографический список

1. Войскунский А. Е. Исследования в области психологии компьютеризации: история и актуальное состояние // Национальный психологический журнал. – 2006. – №1(1). – С. 58-62.
2. Лосенкова Т. А. Взаимосвязь интернет-зависимости с тревожными состояниями подростков // Молодой ученый. – 2014. – №4(63). – С. 702-703.

Научный руководитель – Михайлова М. А., преподаватель

Позитивное влияние фиджитал-спорта на личность спортсмена

Корбут А. И.

*Алтайский филиал РАНХиГС
г. Барнаул*

Эпоха цифровизации затронула практически все сферы жизни человека. Не исключением стал и спорт. Привычные уличные игры переместились за экран монитора в онлайн-режим. Современные люди, проводящие значительное количество времени за компьютерными играми, часто имеют вредные привычки, а также ряд проблем со здоровьем: плохой сон, стресс, заболевания опорно-двигательной системы и так далее. В целях профилактики сидячего образа жизни, а также для возвращения к традиционным видам спорта, был создан такой вид физической активности как фиджитал-спорт.

Фиджитал-спорт представляет собой определенный синтез классического спорта, науки и технологий и киберспорта. Цель таких соревнований состоит в том, чтобы показать успешный результат за игровой консолью, а затем – в реальных спортивных состязаниях.

Актуальность данной темы подтверждает тот факт, что Россия стала первой страной в мире, признавшей фиджитал-спорт. 31 января 2023 года Приказом Министерства спорта Российской Федерации фиджитал-спорт был включен во Всероссийский реестр видов спорта, а уже в феврале этого года в Казани впервые в истории пройдет Международный турнир по фиджитал-спорту «Игры будущего».

Преимуществом данного вида спорта является сочетание киберспорта и физической культуры. Как доказали научные исследования, между результатами интеллектуальной деятельности и занятиями спортом отмечается прямая связь, так как в процессе физической активности стимулируется работа мозга. Развитие личности происходит в данном случае сразу по нескольким направлениям, в результате чего человек развивается как физически, так и когнитивно.

У киберспортсменов для успешной соревновательной деятельности должен быть сформирован ряд определенных психологических и психофизических характеристик, в числе которых: повышенная стрессоустойчивость, хорошая реакция и память, развитая моторика. Компьютерные игры требуют высокого уровня стратегического мышления, концентрации внимания и быстрого принятия решений. Участники соревнований анализируют сложные ситуации, принимают решения в условиях ограниченного количества времени.

Было установлено, что у киберспортсменов скорость простой и сложной зрительно-моторной реакции, и реакции на движущийся объект значительно выше, чем у людей, не занимающихся киберспортом [1].

А. А. Аветисова [2] указывает на способность геймеров к быстрому принятию решений в ситуации неопределённости без потери точности и качества (правильности) принимаемого решения, а Р.Б. Паньч отмечает, что компьютерные игры выступают фактором формирования волевых качеств личности [3].

Среди мотивов занятия компьютерным спортом можно выделить такие как: мотивы достижения (самопродвижение, конкуренция), социальные мотивы (социализация, отношения, командная работа). Кроме того, спектр мотивов дополняется стремлением к интеллектуальному удовольствию, творчеству, самовыражению, эстетизму. Также имеют место и внеигровые мотивы: рекреация, способ структурирования времени, развлечение [4].

Одним из главных мотивов спортсменов является общение. В фиджитал-спорте каждый игрок понимает, что и с соратниками, и с оппонентами он будет взаимодействовать не только в онлайн-игре, но и в реальных условиях. Фиджитал-спорт позволяет преодолеть традиционные барьеры, присущие киберспорту, в котором отдельные игроки могут

позволить себе быть замкнутыми и изолированными. Это создает естественную среду для социализации, где подростки и молодые люди могут встретиться и пообщаться в реальной жизни.

Важным моментом является и то, что все дисциплины в данном виде спорта являются командными и для победы игрокам необходимо выстраивать успешную коммуникацию, совместно принимать решения. Как известно, в современном мире для достижения жизненного успеха важную роль играют так называемые «софт-скиллы», а фиджитал-спорт в этом случае выступает мощным инструментом для их развития.

Резюмируя вышесказанное, стоит отметить, что фиджитал-спорт, объединив в себе физическую и цифровую составляющие, сегодня приобретает все большую популярность. Проводится большее количество турниров, повышается качество их организации. Дисциплины, входящие в данный вид спорта, развивают психологические и физические навыки, формируют характер, коммуникационные и лидерские качества у молодого поколения, что, безусловно, несет в себе значительный социальный эффект для общества.

Библиографический список

1. Стрельникова Г. В. Особенности сенсомоторной и когнитивной сфер киберспортсменов, выступающих в разных дисциплинах // Наука и спорта: современные тенденции. Казань: Поволжская гос. академия физической культуры, спорта и туризма. – 2016. – №3(12). – С. 64-69.
2. Аветисова А. А. Психологические особенности игроков в компьютерные игры // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – 2011. – № 4. – С. 35-58.
3. Паньч Р. Б., Петровский С. Н., Огурцов Д. А. Формирование положительного отношения к киберспорту как спортивной дисциплине среди молодежи // Педагогика. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 4, № 1. – С. 36-41.
4. Фомичёва Ю. В., Шмелев А. Г., Бурмистров А. Г. Психологические корреляты увлечённости компьютерными играми // Вестник Московского университета. –1991. – № 3. – С. 27-39.

Научный руководитель – Елистратова Т. Г., к.э.н., доцент

Влияние рекламы на психическое состояние студентов

Мгдесян С. С.

*Алтайский филиал РАНХиГС
г. Барнаул*

Реклама, как один из ключевых средств воздействия на общественное сознание, играет значительную роль в изменении социокультурных процессов в России, выполняя разнообразные функции: социальные, маркетинговые, экономические и коммуникативные.

Актуальность исследований, посвященных рекламе, заключается в том, что она не просто передает обществу информацию в отношении товаров, услуг или идей, она влияет на их сознание, определяет модели поведения, воздействуя на ценностные ориентации и нормы людей. Сегодня психология рекламы представляет собой особый комплекс прикладного психологического знания, изучающий механизмы ее воздействия на мозг человека, а также на особенности восприятия людьми отдельных выразительных средств.

Реклама понимается как деятельность, основной функцией которой является информирование населения о товарах, услугах и ситуациях в целях побуждения зрителей к определенному поведению или выбору. В современной практике можно выделить различные виды рекламы, соотносясь с ее тематикой и некоторыми особенностями: коммерческая, социальная и политическая. Особое внимание уделим изучению социальной и коммерческой рекламе

Г. Г. Николайшвили говорит о том, что социальная реклама – это «вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и к его нравственным ценностям» [1].

Коммерческая реклама – это «реклама товаров, услуг и других товарных и нетоварных предложений с конечной целью извлечения прибыли». Стратегической целью любой коммерческой рекламы является стимулирование сбыта и/или создание спроса на тот или иной товар или услугу.

При анализе эффективности рекламы выделяют два аспекта: коммуникативную и экономическую составляющие. Особое внимание в рамках исследования уделяется коммуникативной составляющей, поскольку именно она позволяет потребителю и производителю рекламы взаимодействовать. Для оценки этого аспекта мы будем рассматривать показатели психологического состояния, такие как психическая активация, интерес, эмоциональный фон, напряжение и ощущение комфорта. Все эти аспекты позволяют рекламодателю воздействовать на потребителя с целью вызвать у него определенное психическое состояние, то есть оставить его неравнодушным к объекту.

И. И. Чеснокова определяет психическое состояние как общее самочувствие личности, которое формируется под воздействием значимых внешних или внутренних факторов, осознаваемых в течение определенного периода времени. Эти факторы составляют внутренний контекст всех психических процессов, отражая характерологические особенности, а также регуляцию и саморегуляцию деятельности [2].

Исследование воздействия рекламы на психологическое состояние было проведено в Алтайском филиале РАНХиГС. Для исследования была отобрана группа из 60 студентов, которые были равномерно разделены на две подгруппы в зависимости от рекламы, которую они просматривали в рамках эксперимента, поскольку в данном исследовании предполагалось, что существуют различия в психическом состоянии студентов, просматриваемых различные виды рекламы.

В процессе исследования использовалась методика оценки психической активации, интереса, эмоционального тонуса, напряжения и комфортности.

Исследование проходило в три этапа: первичная оценка психического состояния; просмотр рекламы (социальная или коммерческая); вторичная оценка психического состояния.

Для выбора метода оценки статистической значимости различий был использован критерий Колмогорова-Смирнова, который показал отсутствие нормальности распределения выборки, поэтому для дальнейшей работы использован непараметрический критерий Уилкоксона.

При анализе изменений психического состояния в группе студентов, которые смотрели социальную рекламу про буллинг в школе, критерием Уилкоксона ($p < 0,05$) были выявлены достоверные различия по показателям «эмоциональный тонус» ($p = 0,048$), «напряжение» ($p = 0,008$) и «комфортность» ($p = 0,029$). Так, согласно полученным данным у студентов увеличился эмоциональный тонус (с 8,30 до 9,67) и напряжение (с 9,80 до 12,30), а значение комфортности уменьшилось (с 11,57 до 10,10). Так, социальная реклама вызвала у студентов определенную эмоциональную реакцию в совокупности с напряжением, а вот ощущение комфортности стало значительно ниже. В связи с этим, можно сказать о том, что социальная реклама ситуации, в которой происходит травля и буллинг вызывает у студентов определенную эмоциональную реакцию и снижает у них ощущение комфорта.

В группе, которая смотрела коммерческую рекламу критерием Уилкоксона были выявлены достоверные различия по показателям «психическая активация» ($p = 0,005$) и «эмоциональный тонус» ($p = 0,001$). Степень выраженности психической активации (с 8,29 до 11,95) и эмоционального тонуса (с 10,13 до 14,57) увеличилась. То есть коммерческая реклама вызвала у студентов определенное возбуждение и эмоциональную реакцию, которые связаны с предметом и ситуаций, описываемой в рекламе. Это позволяет говорить об эффективности рекламы, поскольку она оставила студентов равнодушными.

Таким образом, результаты проведенного исследования показали, что социальная и коммерческая реклама вызывают определенное психическое состояние у студентов, что является действенным механизмом, поскольку помогает не только формировать отношение к актуальным проблемам современного общества, но и в целом привлекает внимание людей, вызывает у них некоторые эмоциональные реакции на ситуацию, транслируемую в рекламе.

Библиографический список

1. Ардуванова А. А. Влияние социальной рекламы на общество // Аспирант. Приложение к журналу Вестник Забайкальского государственного университета. – 2018. – № 1. – С. 6-9.
2. Бочарова Е. М., Кужелева А. А. Влияние рекламы на поведение потребителя // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – 2023. – № 15. – С. 17-21.

Научный руководитель – Михайлова М. А., преподаватель

Отношение студентов к процессам цифровизации в сфере образования

Нейман С. С.

*Алтайский филиал РАНХиГС
г. Барнаул*

С каждым днём в нашу жизнь внедряются современные технологии. Нередко можно услышать термин «цифровизация» не только в научной деятельности, но и в обычной жизни. Т. Ф. Кузнецова определяет цифровизацию как преобразование отдельных предприятий или экономической отрасли в новые модели процессов, которые основаны на использовании информационных технологий [2. С. 3].

Цифровые технологии имеют высокую значимость в образовании, поскольку именно развитие цифровой экономики повлияло на обеспеченность всех учебных заведений современными проекторами, высокоскоростным Интернетом, компьютерами и соответствующим программным обеспечением. Цифровизация образования представляет собой процесс интеграции информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) во все аспекты образовательной деятельности [1. С. 3].

Для того чтобы цифровизация в образовании имела положительные результаты, необходимо выявить особенности отношения студенческой молодежи к данному процессу и разработать рекомендации, направленные на повышение уровня цифровых компетенций студентов.

Целью исследования являлось выявление особенностей отношения студентов к цифровизации в сфере образования.

В рамках исследования было выдвинуто предположение о том, что, вероятно, студенты, обладающие высоким уровнем цифровой грамотности, проявляют позитивное отношение к цифровизации в образовании.

Для изучения отношения студентов Алтайского филиала РАНХиГС к процессам цифровизации образования было проведено эмпирическое исследование, в котором приняли участие 30 студентов Алтайского филиала РАНХиГС. Исследование проходило в три этапа: 1 этап – выявление уровня цифровой грамотности студентов; 2 этап – определение уровня удовлетворенности студентами ЦОС университета; 3 этап – выявление представления студентов о цифровизации в сфере образования.

Для выявления уровня цифровой грамотности студентов применялась методика «Инструментарий исследования (анкета) цифровой грамотности» В. И. Колыхматова, которая позволила разделить выборку на две группы по уровню цифровой грамотности: группа с высоким уровнем цифровой грамотности (средний балл – 82) и группа со средним уровнем цифровой грамотности (средний балл – 63).

Вторым этапом был изучен уровень удовлетворенности цифровой образовательной средой (ЦОС) вуза при помощи методики «Шкала оценки ЦОС университета» М. Г. Сороковой, М. А. Одинцовой и Н. П. Радчиковой. При помощи U-критерия Манна-Уитни ($p < 0,05$) были выявлены достоверные различия в удовлетворенности цифровой образовательной средой группы с высоким уровнем цифровой грамотности и группы со средним уровнем цифровой грамотности ($p = 0,040$). Так, студенты с высоким уровнем цифровой грамотности в большей степени удовлетворены тем уровнем цифровой оснащенности образовательного процесса, чем студенты со средним уровнем цифровой грамотности.

Было выявлено, что средний балл студентов из группы с высоким уровнем цифровой грамотности составил 135 баллов, что свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности

ЦОС. Так, среди студентов этой группы 78% имеют средний уровень удовлетворенности цифровой образовательной средой университета, а 22% имеют высокий уровень удовлетворенности ЦОС. Указанные показатели свидетельствуют о том, что студенты, с высоким уровнем цифровой грамотности знакомы со всеми возможностями, которые может дать вуз и применяют различные цифровые инструменты в своей образовательной деятельности.

В группе со средним уровнем цифровой грамотности средний показатель удовлетворенности ЦОС равен 105 баллов, что свидетельствует о низком уровне удовлетворенности. При этом, 57% обучающихся имеют средний уровень удовлетворенности ЦОС университета, а 43% – уровень удовлетворенности ниже среднего. Такие показатели указывают на том, что студенты со средним уровнем цифровой грамотности не в полной мере знакомы с теми возможностями, которые предоставляет цифровая образовательная среда, что соответственно не дает им возможности использовать их все при реализации учебного процесса.

Для выявления отношения студентов к процессам цифровизации в сфере образования применялся метод семантического дифференциала Ч. Осгуда. Анализ научных статей позволил выявить ряд положительных и негативных аспектов цифровизации, которые были заложены при составлении шкал семантического дифференциала [2]. Было выделено шесть шкал прилагательных, которые оценивались респондентами от -3 до +3: «полезная-вредная», «неэффективная-эффективная», «удобная-неудобная», «неизбежная-устраняемая», «бесперспективная-перспективная», «многофункциональная-специализированная».

Выяснилось, что средние значения студентов из группы с высоким уровнем цифровой грамотности и студентов из группы со средним уровнем цифровой грамотности имеют значительные расхождения по показателям: полезность, эффективность, удобство и развитие цифровизации в сфере образования. Так, студенты с высоким уровнем цифровой грамотности рассматривают цифровизацию в положительном ключе, считая, что она полезна и эффективна при осуществлении образовательного процесса. Такой тезис подтверждается результатами корреляционного анализа, который показал наличие отрицательной взаимосвязи цифровой грамотности со шкалой «полезная-вредная» ($r=-0,522$, $p=0,003$) и положительной взаимосвязи цифровой грамотности со шкалой «неэффективная-эффективная» ($r=0,417$, $p=0,022$). То есть, чем выше у студентов уровень цифровой грамотности, тем выше они оценивают полезность и эффективность внедрения цифровых технологий в образовательный процесс. Такие данные могут связаны с мнением студентов о том, что цифровизация способствует повышению доступности качественных знаний и становится важной частью развития общества.

Для того чтобы цифровизация в образовании имела положительные результаты, были разработаны практические рекомендации, направленные на повышение уровня цифровых компетенций студентов. В частности, необходимо создавать комфортные условия для знакомства студентов с ЦОС вуза, проводить образовательные тренинги и семинары данной направленности, привлекать студентов в проектную деятельность, связанную с процессом цифровизации и регулярно вести мониторинг изменения отношения студентов к цифровизации в сфере образования.

Таким образом, студенты с высоким уровнем цифровой грамотности положительно относятся к цифровой образовательной среде, что приводит к необходимости повышать цифровую грамотность студентов.

Библиографический список

1. Воробьева И. А., Жукова А. В., Минакова К. А. Плюсы и минусы цифровизации в образовании // Педагогические науки: сборник научных трудов. – М.: 2021. – С. 110-118.
2. Казакова А. А. Цифровизация образования: вызовы и возможности // Инновационные результаты социально-гуманитарных и экономико-правовых исследований: сборник научных

трудов. – Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2023. – С. 23-32.

3. Кузнецова Т. Ф. Цифровизация как культурная ценность и цифровые технологии: научный журнал. – М.: Горизонты гуманитарного знания, 2019. – С. 3.

Научный руководитель – Михайлова М. А., преподаватель

СЕКЦИЯ 2

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Цифровизация в сфере предоставления государственных услуг

Гринченко К. С.

Алтайский государственный университет

В настоящее время активно идет процесс цифровизации во всех областях жизнедеятельности человека, в том числе в сфере государственного управления. Юридическим и физическим лицам необходим доступ к государственным и муниципальным услугам, который позволит минимизировать затраты различных ресурсов, в первую очередь временных. Начало реформирования в этой сфере положила «Концепция снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг на 2011-2013 годы» [1] и «Концепции развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде» [2]. В целом задачами данных нормативно-правовых актов являются: внедрение в органы исполнительной власти стандартов предоставления государственных услуг и организация их предоставления в электронной форме, а также создание многофункциональных центров. Сегодня большую роль в цифровизации государственных услуг играет федеральный проект «Цифровое государственное управление», входящий в состав национальной программы «Цифровая экономика». Основной целью является достижение по завершению 2024 г. показателя 70% для услуг, осуществляемых в цифровом виде для взаимодействий с государственными органами и бюджетными учреждениями и показателя 100% для приоритетных государственных услуг и сервисов, соответствующих целевой модели цифровой трансформации. По результатам административной реформы повысилась эффективность взаимодействия между органами исполнительной власти, органами местного самоуправления и гражданским обществом, но все же в реализации данных концепций остались некоторые проблемы.

Во-первых, не были достигнуты показатели оптимизации предоставления государственных услуг и перевод их в электронную форму. В частности, на сегодняшний день государственная регистрация прав на недвижимое имущество и сделок с ним, которая была названа услугой, подлежащей первоочередной оптимизации [2], является неэлектронной услугой, то есть способами ее получения является обращение лично, через законного представителя, почтой или через МФЦ. Также в электронном формате не переведены такие услуги как государственная регистрация юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств, государственная услуга по приему налоговых деклараций на доходы физических лиц, государственная услуга по регистрационному учету граждан Российской Федерации по месту жительства (в электронной форме можно произвести регистрацию гражданина по месту пребывания в жилом помещении) и др. Для данных услуг не предусмотрена никакая электронная форма, в том числе подача запроса о предоставлении.

Во-вторых, в законодательстве отсутствует четкое понятие, посредством каких средств осуществляется предоставление государственных и муниципальных услуг в электронной форме. В п.6 ст.2 Федерального закона № 210-ФЗ [3] сказано, что данное взаимодействие осуществляется с использованием единого портала государственных

и муниципальных услуг и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг, а также с помощью других средств информационно-телекоммуникационных технологий в случаях и порядке, которые определяются Правительством Российской Федерации. При этом согласно Требованиям к предоставлению в электронной форме государственных и муниципальных услуг [4], предоставление услуг в электронной форме может осуществляться с использованием информационных систем, интегрированных в установленном порядке с единым порталом и обеспечивающих санкционированный доступ заявителей к функциональности единого портала. То есть если на едином портале государственных услуг отсутствует запрос на оказание в электронной форме, но есть возможность получения услуги посредством других платформ, то должны обеспечиваться согласованность. Однако в обеспечении интегрированности существует ряд нерешенных вопросов. Так, например, при подаче обращения через ЕПГУ согласно п.3 ст.7 Федерального закона № 59-ФЗ [5], оно подлежит рассмотрению в порядке, установленном настоящим Федеральным законом. Таким образом, согласно п.3 ст.8 этого же закона электронное обращение, содержащее вопросы, решение которых не входит в компетенцию данных государственного органа, органа местного самоуправления или должностного лица, направляется в течение семи дней со дня регистрации в соответствующий орган или соответствующему должностному лицу, в компетенцию которых входит решение поставленных в обращении вопросов. Однако ЕПГУ может отклонить обращение по причине того, что оно входит в компетенцию федеральных органов исполнительной власти, а также органов или организаций регионов, не подключенных к Платформе обратной связи.

В-третьих, несмотря на планируемый показатель цифровизации 100% для приоритетных государственных услуг и сервисов, полный переход на данный момент невозможен в силу ряда причин. В первую очередь это получение результата оказания государственной услуги только при очном посещении. Например, при получении услуги по регистрации транспортных средств государственный регистрационный знак транспортного средства можно получить только при очном визите. Аналогично государственная услуги по оформлению и выдаче (замене) паспорта гражданина Российской Федерации, удостоверяющего личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации. Несмотря на Указ Президента РФ «О представлении сведений, содержащихся в документах, удостоверяющих личность гражданина Российской Федерации, с использованием информационных технологий» [6] и созданному в осуществление Проекту Постановления Правительства [7] на сегодняшний день в большинстве случаев подтверждение личности возможно только с помощью бумажного паспорта, для получения которого также необходим личный визит.

Таким образом, благодаря цифровизации повысились показатели доступности государственных услуг, однако существует еще много проблем, требующих доработки.

Библиографический список

1. Концепция снижения административных барьеров и повышения доступности государственных и муниципальных услуг на 2011-2013 годы: Распоряжение Правительства от 10.06.2011 № 1021-р // Документ опубликован не был. – Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
2. Концепции развития механизмов предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде: Распоряжение Правительства РФ от 25.12.2013 № 2516-р // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 2 (ч. II). – Ст. 155.
3. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ (ред. от 31.07.2023) // Собрание законодательства РФ. – 2010. – № 31. – Ст. 4179.

4. Требования к предоставлению в электронной форме государственных и муниципальных услуг: Постановление Правительства РФ от 26.03.2016 № 236 // Собрание законодательства РФ. – 2016. – № 15. – Ст. 2084.
5. О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ (ред. от 04.08.2023) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 19. – Ст. 2060.
6. О представлении сведений, содержащихся в документах, удостоверяющих личность гражданина Российской Федерации, с использованием информационных технологий: Указ Президента РФ от 18.09.2023 № 695 // Собрание законодательства РФ. – 2023. – № 39. – Ст. 7012.
7. О применении мобильного приложения федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» в целях представления гражданами Российской Федерации сведений, содержащихся в документах, удостоверяющих личность гражданина Российской Федерации, либо в иных документах, выданных гражданам Российской Федерации государственными органами Российской Федерации: Проект Постановления Правительства // Документ опубликован не был. – Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».

Научный руководитель – Коновалова Л. Г., к.ю.н., доцент

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru