

Паньшин Б.Н. ¹, Карачун И.А. ¹

¹ Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

Интеграция профессиональных и культурных знаний при подготовке специалистов банковской сферы

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Паньшин Б.Н., Карачун И.А. Интеграция профессиональных и культурных знаний при подготовке специалистов банковской сферы // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 12. – С. 4625–4642. doi: [10.18334/ce.15.12.113893](https://doi.org/10.18334/ce.15.12.113893)

АННОТАЦИЯ:

В работе обоснована актуальность и определены проблемы формирования цифровой культуры в банковской деятельности. В ходе исследования были проанализированы факторы и предпосылки актуальности повышения уровня цифровой культуры в банковской сфере, определены ее основные составляющие, выявлены ориентиры, подходы и направления развития. Определено значение цифровой культуры в цифровой трансформации предприятия (организации). Выявлена необходимость формирования позитивного мышления работников финансовой сферы, стремления внедрять новые цифровые технологии в собственной деятельности и корректно использовать их в повседневной жизни. Культурные изменения должны проводиться перед инвестициями в новые технологические решения. На основании проведенного анализа сформулированы задачи курса по цифровой культуре и его педагогико-психологические особенности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: цифровая культура, цифровой банк, цифровая трансформация, автоматизация, омниканальность

ОБ АВТОРАХ

Паньшин Борис Николаевич, профессор кафедры цифровой экономики, д.т.н., профессор (panshin@tut.by)

Карачун Ирина Андреевна, заведующий кафедрой цифровой экономики к. э. н., доцент (karachun@bsu.by)

Panshin B.N. ¹, Karachun I.A. ¹

¹ Belarusian State University, Belarus

Professional and cultural knowledge integration in the banking specialists training

CITE AS:

Panshin B.N., Karachun I.A. (2021) Integratsiya professionalnyh i kulturnyh znaniy pri podgotovke spetsialistov bankovskoy sfery [Professional and cultural knowledge integration in the banking specialists training]. *Kreativnaya ekonomika*. 15. (12). – 4625–4642. doi: [10.18334/ce.15.12.113893](https://doi.org/10.18334/ce.15.12.113893)

ABSTRACT:

The problems of digital culture forming in banking were identified. Factors and prerequisites of the high-level digital culture in the banking sector were analyzed. Its main components, landmarks, approaches and development directions were identified. The importance of digital culture in the digital transformation of an enterprise has been determined. The necessity of positive thinking of financial sector employees, the desire to introduce new digital technologies in their activities and correctly use them in everyday life is revealed. Cultural change must be carried out before investing in new technological solutions. Based on the analysis, the digital culture course objectives and their pedagogical and psychological characteristics are formulated.

KEYWORDS: digital culture, digital bank, digital transformation, automation, omnichannel

JEL Classification: I21, I25, L86, L96

Received: 23.08.2021 / **Published:** 25.12.2021

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Panshin B.N. (panshin@tut.by)

Введение

В последние годы технологии разрушают или изменяют отрасль за отраслью. К примеру, музыкальная и киноиндустрия активно пытались приживаться своих традиционных бизнес-моделей, в то время как их клиенты полностью изменили способ потребления продаваемых медиа. Разрушение в обеих отраслях было быстрым и полным, и сейчас большинство подростков больше не смотрят телевизор в традиционном смысле [1] (*Coughlan, 2016*). Соответственно, компании этого целевого сегмента, не успевшие адаптироваться, погибли. Скоро эти подростки станут взрослым рынком и снова погубят значительный процент предприятий [2] (*Izmailova, 2020*). Становится ясно, что активное сопротивление изменениям рынка – тупиковый путь, причем такая картина наблюдается во всех сферах. Однако часто организации, возможно, и не оказывают активного сопротивления, но время навестывания упущенного между изменением рынка и изменением компании слишком велико [3] (*Ovchinnikova, Kharlamov, 2020*).

Если бы проблема заключалась лишь в случайных радикальных изменениях на рынке, то был бы шанс наверстать упущенное, так как даже медленно развивающиеся компании могут со временем приспособливаться и меняться, если есть желание это сделать (а желание меняться невероятно важно и, к сожалению, очень часто отсутствует) [4] (*Gu, 2019*). Проблема заключается в том, что как только происходит одно изменение, появляется другое, а мы еще даже не приспособились к первому. Потом появляется еще одно, хотя первое изменение еще не завершено и бюджет уже распределен, поэтому продажи не так хороши, как раньше, и приходится сокращать новые проекты [5] (*Wile, Warner, 2021*). В течение короткого периода времени этот цикл ведет к летальному исходу. Причем часто это приводит к снижению морального духа, поскольку стрессы, связанные с провальными проектами, и падающие доходы усугубляют друг друга. Это, в свою очередь, вызывает отток персонала, что еще больше усугубляет проблему [6] (*Rowles, Brown, 2017*). Радикальным решением в этих нисходящих спиральных очень часто является смена руководства, но после короткого периода позитивного мышления это также приводит к похожим результатам, проблема усугубляется. Следовательно, необходимы радикальные изменения во всех аспектах организации. Понимание основных концепций цифровой трансформации необходимо для того, чтобы остановить этот гибельный цикл, который приводит к гибели компаний из-за неспособности быстро приспособливаться к постоянным изменениям окружающей среды.

Одним из ключевых направлений развития современных банков является формирование цифровых экосистем, представляющих собой открытые социально-технологические системы, нацеленные на максимальную адаптацию к новым потребностям клиентов и к многообразию применяемых для выполнения банковских функций программно-технических средств. В свою очередь, цифровая трансформация банков как сложный процесс объединения людей, бизнес-процессов и технологий предполагает опережающее формирование соответствующей цифровой культуры, предполагающей не только наличие у них формальных цифровых компетенций, но проактивное отношение сотрудников к изменениям предпочтений клиентов и новым технологиям, поддержку инноваций, способность быстро и гибко осваивать новые навыки в постоянно меняющейся среде, повышая тем самым устойчивость и конкурентоспособность организации.

В настоящее время большинство молодых людей пока еще не обладают адекватными знаниями о цифровой культуре и о всем многообразии проявлений этого феномена в различных сферах деятельности [7, с. 85] (*Shapovalova, 2018*). Не в полной мере студенты владеют и навыками «цифрового» мышления при оценке и выборе подходов формирования личной и корпоративной цифровой культуры и умениями использовать различные методы и инструменты в ходе цифровой трансформации предприятий и организаций. Поскольку такие знания, умения и навыки являются инструментом учебной и дальнейшей профессиональной деятельности обучающихся, то формирование компетенции цифровой культуры представляется весьма актуальным и, можно сказать, обязательным при подготовке специалистов к деятельности в интернет-зависимых отраслях (банки, страховые компании, образование, розничная торговля и т.д.). С точки зрения профессионально ориентированного обучения важным является дополнение учебного плана общим курсом по цифровой культуре, учебную программу которого целесообразно построить таким образом, чтобы профессиональные знания излагались в контексте цифровой культуры, как инструмента адаптации человека и коллектива к новым технологиям и дополнительного ресурса для реализации профессиональных компетенций в условиях глобальной цифровизации.

Важно также отметить, что формирование компетенций в сфере цифровой культуры способствует развитию у обучающихся критического мышления, более широкому взгляду на проблемы цифровой трансформации, углубленному пониманию важности культуры и цифровой культуры, в частности для снижения рисков и повышения эффективности цифровизации.

Исходя из этого, **цель статьи** состоит в обосновании целесообразности и важности дополнения учебного плана подготовки студентов в сфере банковской и финансовой деятельности специальным курсом по цифровой культуре.

Научная новизна состоит в построении учебной программы курса по цифровой культуре таким образом, чтобы профессиональные знания излагались в контексте основных установок цифровой культуры, как инструмента адаптации человека и коллектива к новым технологиям и дополнительного ресурса для реализации профессиональных компетенций в условиях глобальной цифровизации [8] (*Panshin, 2021*). То есть формирование у студента знаний и умений в сфере цифровой культуры следует рассматривать как неотъемлемую часть формирования ключевых компетенций.

Авторская гипотеза заключается в рассмотрении цифровой культуры не как источника дополнительных затрат, а как средства поддержки основной деятельности банка путем повышения уровня самоорганизации сотрудников банка путем следования моделям поведения, вырабатываемым совместно всеми сотрудниками в ходе выполнения сложных и многообразных бизнес-задач. Важно отметить, что успех цифровой трансформации является в большей мере результатом управляющего воздействия, которое идет «изнутри» системы (от культурной предрасположенности), а не извне. Это обуславливает актуальность рассмотрения цифровой трансформации в социокультурном аспекте, а самой цифровой культуры – как фактора предотвращения рисков цифровой трансформации, вызванных человеческой преднамеренной или непреднамеренной деятельностью.

Методология исследования. В исследовании повышения уровня цифровых компетенций специалистов в сфере банковской и финансовой деятельности используется методология сравнительного анализа подходов к оценке значимости цифровой культуры и оценке влияния факторов и предпосылок актуальности цифровой культуры для банков. В статье рассмотрена значимость цифровой культуры в цифровой трансформации предприятия (организации); роль цифровой культуры в банковской деятельности; основные факторы и предпосылки актуальности цифровой культуры для банков; ориентиры и принципы формирования цифровой культуры в современном банке; ключевые условия формирования и развития цифровой культуры в банке; задачи учебного курса по цифровой культуре; педагогико-психологические особенности учебного курса по цифровой культуре. Авторы придерживались междисциплинарного подхода к оценке актуальности и значимости социокультурных компетенций у специалистов банковской и финансовой сферы деятельности.

Значение цифровой культуры в цифровой трансформации предприятия (организации). Главной стержневой концепцией цифровой трансформации банка (как и подобных интернет-зависимых организаций) является тезис объединения людей, технологий, процессов и множества разновидностей научно-технических ресурсов в комплексные социальные и производственные конструкты, которые оптимально настраиваются для решения конкретных задач благодаря многообразным и гибким цифровым технологиям, что должно позволить достичь синергетического эффекта трансформации.

Тезис о ключевой роли культуры в продуктивном развитии предприятий и организаций, а также общества в целом поддержан многочисленными исследованиями [9] (*Elkina, 2018*). Вместе с усложнением технологии взаимодействия людей должны становиться более сложными, а этого можно достигнуть путем совершенствования управления (определением формальных положений), культуры (неформальные условия и правила) и образования (закрепление и улучшение навыков). Речь идет о достижении техно-гуманитарного баланса [10] (*Elkina, 2018*), согласно которому чем выше мощь производственных технологий, тем более необходимы совершенные средства культурной регуляции. В соответствии с теорией «культурного отставания» У.Ф. Огборна (*W.F. Ogburn*) [11] (*Volti, 2004*) культурные ценности и нормы формируются и меняются значительно медленнее, чем появляется новая техника и технологии. Яркий пример тому – угрозы, риски и потери от обширного применения современных цифровых технологий как результат опережения ими сознания и недостаток культурного развития.

В экономике и организационном управлении культура понимается не только как инструмент повышения уровня доверия, а следовательно, и снижения издержек на взаимодействие (снижение энтропии в среде взаимодействия) через регламентацию подходов, методов и инструментов межличностных и корпоративных взаимодействий, но и как инструмент приспособления к технологическим инновациям, усложняющим бизнес-среду и требующим соответствующей подготовки кадров [12] (*Kuznetsova, 2018*).

Проблема развития информационной и цифровой культуры состоит в том, чтобы сформировать среду и навыки людей (цифровые компетенции) [13] (*Selbst, Boyd, Friedler, Venkatasubramanian, Vertesi, 2018*) как условие для самоорганизации и эффективных взаимодействий как внутри организации, так и с внешней средой. В то же время необходимо принимать во внимание тот факт, что цифровая культура представляет собой элемент традиционной культуры, наиболее содержательное определение которой еще в XIX в. сформулировал британский культуролог М. Арнолд. Он понимал под культурой все лучшее,

что «было когда-либо помыслено и сказано в мире» [14] (*Arnold, 2019*), а это легко применимо к деятельности любой интернет-зависимой организации, каковой является современный банк.

Роль цифровой культуры в банковской деятельности. Применительно к этой сфере можно сказать, что информационная (цифровая) культура – это оптимальные процессы и данные, 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 [15] (*Kavuri, Milne, 2019*). Поэтому культура, ориентированная на цифровые технологии, является основой цифровой трансформации, а цифровая трансформация в большей степени связана с изменениями, а не с технологиями [16] (*Panshin, 2020*). Эффективность изменений зависит от личной и корпоративной цифровой культуры, от желаний и способностей сотрудников адаптироваться к новым технологиям и умений их эффективно использовать [17] (*Casalino, Ciarlo, Fontana, Panico, Sassetti, 2017*). Цифровая трансформация в большей степени представляет собой модернизацию культуры взаимодействий под влиянием цифровой среды.

Вместе с тем развитие цифровой культуры в банке связано с определенной сложностью, которая обусловлена необходимостью одновременного сопряжения строгих банковских технологий с гибкостью и скоростью проведения изменений. Международные исследования McKinsey показывают, что 70% трансформаций не удаются [18] (*How can banks build a genuine, effective digital culture?*). При этом 39% неудач объясняются сопротивлением сотрудников изменениям, 33% – отсутствием поддержки изменений со стороны менеджеров и всего лишь 14% – неадекватными ресурсами и иными причинами. Таким образом, культура компании – это ключевой фактор при проведении изменений.

Одним из основных факторов, определяющих темпы изменений, которые создают так много возможностей и проблем, является экспоненциальный рост вычислительной мощности. По мере увеличения вычислительной мощности и физического уменьшения устройств то, что могут делать компьютеры и, следовательно, мобильные устройства, становится все более и более обширным. Такие достижения, как улучшенное распознавание речи, дополненная и виртуальная реальность (AR и VR), видеодисплеи с высоким разрешением – все это зависит от увеличения вычислительной мощности и доступности на основных мобильных устройствах. Часто цитируемое, но не всегда правильно понимаемое наблюдение в отношении экспоненциального

роста вычислительной мощности – закон Мура [19] (*Moore, 1965*). Этот рост оказывает прямое влияние на скорость, с которой компьютеры могут обрабатывать информацию, объем памяти, который они могут использовать, даже потенциальное разрешение цифровой камеры. Закон Мура оказался исключительно точным; хотя первоначально он предсказывал, что будет действовать примерно 10 лет, но вот уже почти 60 лет остается справедливым (с 1965 г.). Безусловно, если смотреть на него практически, то закон не может оставаться верным вечно, поскольку в определенном физическом пространстве можно разместить ограниченное количество транзисторов из-за ограничений физики. Но если посмотреть на закон Мура более широко и не думать только о транзисторах в контексте вычислительной мощности, то появляется явный аргумент в пользу того, что он верен. Когда одна технология достигает пределов развития, обнаруживается какая-то иная форма инноваций для продолжения технологического прогресса. Будь то новый материал, производственный процесс или совершенно новая технология, существует множество примеров инноваций, позволяющих закону Мура продолжать действовать, когда кажется, что он достигает своей границы. По сути, технология развивается быстрее, чем общество приспосабливается к ней и вырабатывает культурные нормы, упорядочивающие ее применение.

На первый взгляд кажется, что инновации, управляющие миром стартапов и разработки приложений, далеки от экосистемы B2B («бизнес к бизнесу»). Как правило, субъекты рыночного поля B2B не склонны к риску, традиционны и медленно изменяются. Реальность такова, что каждый человек, работающий в B2B, также является и потребителем, т.е. субъектом B2C, как и мы все. Многие используют свои мобильные устройства круглосуточно, совершают покупки онлайн и в большей или меньшей степени используют социальные сети, что приводит к изменению ожиданий. Мы ожидаем более короткого времени отклика, быстрой доставки и серьезной персонализации. Это изменение в отношениях означает, что B2B-организациям необходимо адаптироваться и внедрять инновации, как и всем другим. Если отрасли не идут в ногу со временем, они рискуют потерять долю рынка из-за более мелких и гибких новых игроков. Даже в сфере финансов, где сопротивление изменениям и повышенная озабоченность рисками привели к гораздо более медленному темпу изменений, внедряются новые бизнес-модели.

Очевидно, что сегодня нужна цифровая культура, которая поможет спланировать процесс обзора и инициализации тестирования новых сервисов, гаджетов и моделей поведения, культура, в которой бы мы стремились постоянно пробовать что-то новое [20] (*Cortesi, Hasse, Lombana-Bermudez, Kim,*

Gasser, 2020). Проблема больше не в нехватке данных, а скорее в переполнении данными и незнании, что с ними делать. Множество доступных инструментов могут привести к параличу принятия решений, так как переполненные возможностями менеджеры не принимают никаких решений и поэтому не собирают никаких данных, которые можно было бы использовать. Нужна культура измерения правильных показателей, гарантирующая, что это сделано последовательно, и культура инноваций, которая активно поощряет неудачи, чтобы пробовать разное и отметить нежизнеспособное, корректировать и улучшать, снова и снова предлагать революционные разработки.

В ходе исследования были проанализированы факторы и предпосылки актуальности роста уровня цифровой культуры в банковской сфере, определены ее основные составляющие, подходы и направления развития.

Основные факторы и предпосылки актуальности цифровой культуры для банков состоят в следующем:

- рост ожиданий клиентов в применении цифровых технологий в банковском обслуживании и сокращение масштабов использования наличных денег (в том числе из-за пандемии);

- рост количества подключений, вызванный запуском мобильных устройств, а также переходом на дистанционное обслуживание (в развитых странах один новый банковский счет в среднем открывается каждые 6 секунд);

- рост требований улучшения взаимодействия с клиентом, в том числе и путем формирования дружественного интерфейса при оказании услуг;

- рост уровня персонализации банковских услуг, в том числе путем объединения различных каналов и применения технологий Big Data;

- необходимость повышения скорости внедрения инноваций (по ряду оценок, к 2025 году 40% компаний из списка Fortune-500 исчезнут, потому что они не успевают за происходящими изменениями).

Отдельно стоит отметить возрастающие риски киберпреступности. По данным Всемирного экономического форума, рост объема убытков от киберпреступности уже к 2022 году может составить до \$8 трлн. До 2030 года убытки от злоумышленных атак и расходы компаний на поддержание кибербезопасности достигнут \$120 трлн.

Переход на дистанционную работу обозначил новые риски (анализ показывает, что ковид-пандемия дала рост зловредного программного обеспечения примерно в 5 раз и привела к увеличению количества различных злоумышленных доменов). Во многом это является следствием низкого уровня общей и цифровой культуры. Растущая онлайн-зависимость, связанная с

переходом на «удаленку» (изменение подходов к работе, оплаты товаров, услуг и т.д.), создает для киберпреступности новые возможности, в том числе возросла активность банковских мошенников, что является следствием недостаточного уровня цифровой культуры в банковской сфере.

Различного рода фейки (в основном в сфере ценных бумаг, финансов, медицины и здоровья), от которых мировой рынок теряет порядка \$79 млрд ежегодно, также являются следствием формирования цифровых антикультур, что требует исследования этих явлений и выработки соответствующих рекомендаций. В то же время глобальные расходы на продукты и услуги кибербезопасности за пятилетний период с 2017 по 2021 год составят только около одного триллиона долларов. Таким образом, уже в 2021 году наблюдается существенный разрыв (почти в 8 раз) между потерями от киберпреступности и затратами на обеспечение безопасности функционирования информационных систем. Очевидно, что для сокращения этого разрыва требуется наряду с программно-техническими и организационными мероприятиями исследовать подходы, ориентированные на повышение уровня цифровой культуры на различных уровнях и применительно к специфике видов деятельности. В том числе путем совершенствования стандартов информационной безопасности и реализации превентивных мер по повышению общей цифровой культуры, разработки показателей для оценки угроз кибер- и информационной безопасности не только технического плана, но и «человеческого».

Исходя из перечисленных факторов, ориентиры и принципы формирования цифровой культуры в современном банке состоят в следующем [21] (*Going Digital: The Banking Transformation Roadmap*):

1. Цифровой банкинг, особенно мобильный, является наиболее быстро растущим направлением, так как определяет потребности и предпочтения потребителей разных возрастных и финансовых категорий, а также обеспечивает возможность быстрой адаптации клиентского опыта. В технологически и культурно продвинутых банках цифровые клиенты составляют более 40% клиентской базы и приносят около 70% прибыли.

2. Цифровая трансформация в банке должна быть направлена на изучение потребностей клиентов и последовательное инвестирование в инструменты, их удовлетворяющие. Это предполагает большое число внутренних изменений, которые нужны для обеспечения трансформации и интеграции цифровых структур, приложений и платформ для обслуживания клиентов и инфраструктуры. Инструменты самообслуживания, чат-боты и круглосуточная поддержка клиентов, адаптация схемы предоставления услуг для разных

демографических групп значительно повышают качество сервиса, что влечет за собой дополнительные преимущества для бизнеса.

3. Важным аспектом трансформации является воспитание цифрового мышления, а также внедрение культурных изменений до вложений в новые технологические решения. Все более важным становится стремление к стабильности и честное поведение: изменение мышления, чтобы служащие сами стремились участвовать в цифровой трансформации.

4. Элементами стратегии формирования цифровой культуры в банках, как и в других организациях, являются автоматизация и использование цифровых решений (технологии Big Data, чат-боты и искусственный интеллект). Анализ данных – ключ к росту персонализации и предложению новых продуктов и услуг на базе цифровых банковских профилей. В свою очередь, автоматический сбор данных обеспечивается ростом предложения цифровых услуг.

Все вышеперечисленное дает цифровым банкам преимущество над классическими финансовыми институтами, хотя такая бизнес-схема пока далеко не идеальна, так как, с одной стороны, чрезвычайно зависит от технологий и технического обеспечения, а с другой – сильно подвержена репутационным рискам и неопределенности в нормативно-правовом поле, проблемам с удаленной идентификацией клиентов и пр. [22] (*Karachun, 2021*).

Формирование и развитие цифровой культуры зависит от следующих условий:

1. Качество лидеров и персонала банка. Все высокоэффективные культуры, особенно цифровые, требуют сильного руководства и вовлеченных сотрудников. Цифровая трансформация фундаментально изменяет парадигму функционирования в направлении роста горизонтальных взаимодействий и инициативы сотрудников. Требуется использование гибких моделей для внедрения и тестирования инноваций и проведения изменений.

2. Качество цифровых активов и компетенций банка. Требуется объективно оценить сильные и слабые стороны в области цифровых технологий, внутренние возможности, персонал, процессы, технологии и лидерство.

3. Мониторинг цифровых достижений (технологических – обработка естественного языка, методы компьютерного зрения, технологии искусственного интеллекта, дополненной или виртуальной реальности, а также функциональных, таких как контроль карт, кредитный рейтинг, переводы между фондами и счетами, голосовой банкинг и т.д.) с целью поиска путей для омниканального взаимодействия с клиентами, предоставления им возможности беспре-

пятственно перемещаться между несколькими режимами (например, сайт, мобильное приложение, филиал, колл-центр, интеллектуальные устройства).

4. Соответствие общей модели развития цифровой культуры, включающее согласованное создание следующих условий цифровой трансформации: лидерство, предполагающее четкую формулировку требований и контроль их соблюдения; скорость изменений, чтобы соответствовать потребностям клиентов и предлагать новые конкурентоспособные предложения; открытость для предоставления сотрудникам возможности оспаривать предлагаемые решения; автономия для предоставления большей свободы без формального процесса утверждения в пределах компетенций.

Задачи курса по цифровой культуре. В основу учебного курса по цифровой культуре для студентов экономических специальностей должны быть положены: мировоззренческие особенности «цифрового мышления», понимание значимости устойчивых правил поведения в цифровой среде, понимание этики и эстетики цифровых технологий, а также основополагающих ценностей и регулятивов информационного общества. Особенность современного этапа развития информационного общества состоит в том, что цифровая культура в основном формируется посредством социальных сетей и затем только переформируется в корпоративной цифровой культуре, а потому требует внешних и внутренних ограничений. Поэтому важно понимать причины и следствия тенденций и рисков цифровизации.

Цифровая трансформация в банке включает в первую очередь не технологические изменения, а изменения отношений между людьми и различными производственными и обслуживающими структурами, которые, в свою очередь, также быстро изменяются в ходе применения цифровых технологий. Поэтому в отличие от существующих курсов, когда под цифровой культурой понимается «создание среды, в которой руководители осознают важную роль технологий для бизнеса, обеспечивают доступность информации и обучают сотрудников для наиболее комфортного и эффективного использования ими технологических инструментов» [23] (*Efimochkina, 2018*), обосновывается необходимость понимания естественной гармонии самоорганизации сложных информационных систем (согласно концепту Золотого правила нравственности) [24] (*Zhukovskaya, 2019*) и достижения большего синергетического эффекта цифровой трансформации.

Педагогико-психологические особенности учебного курса по цифровой культуре. Самая важная задача современного образования – формирование особых навыков для постоянного переобучения, в некотором роде перепрограммирования самого себя в соответствии с изменениями экономики и

общества, что требует понимания профессиональных задач в более широком контексте формирования новой культуры цифровой среды. Преломление профессиональных знаний в контексте культуры позволяет глубже понять смысловую часть изменений, происходящих под влиянием применения цифровых технологий, и более органично встроить специальные знания в общую структуру профессиональных компетенций [16] (*Panshin, 2020*).

Применительно к банковской деятельности и другим экономическим специальностям суть предлагаемой концепции учебного курса состоит в углубленном понимании студентами сущности современной информационной (цифровой) культуры как института создания условий для использования экономическими агентами возможностей современных информационных (цифровых) экосистем для эффективного взаимодействия отдельных людей и предприятий и их ускоренной адаптации к технологическим инновациям, а также пониманию того, что только путем сознательного культивирования новой цифровой культуры можно осуществить цифровую трансформацию и быть стабильным и успешным.

Исходя из этого, структура курса предположительно должна включать следующие основные блоки изучаемых тем: сущность и роль культуры в экономике; цифровая трансформация банковской деятельности, цифровая экономика и цифровая культура; основы формирования цифровой экосистемы, контента сайтов и визуализации данных; подходы к оценке эффективности мероприятий по повышению информационной и цифровой культуры; влияние цифровой культуры на профессиональную деятельность и карьеру.

Заключение

В новой экономике информационная или цифровая культура экономистов и менеджеров в ближайшей перспективе станет признаком высокого профессионализма, будет играть ключевую роль и в достижении высоких результатов персональной деятельности, и в успешности проектов и стартапов, и в эффективности работы предприятий. В связи с этим необходимые навыки и компетенции студентов в области цифровой культуры должны складываться из понимания сущности, структуры и функционала современных технологий в рамках нелинейного развития социально-экономических систем, а также из способности оценить потенциал их эффективного применения в экономике и социуме. Фундаментальные основы экономического анализа современных цифровых экосистем обеспечены техническими знаниями и поведенческими императивами всех участников экосистемы. При этом цифровая культура

позволяет выработать адекватные мероприятия по повышению эффективности создания и применения различных инструментов.

Рост уровня цифровой культуры как в бизнесе, так и в социуме содействует повышению эффективности применения схем обработки и визуализации данных, их систематизации, хранения и использования для улучшения качества обслуживания, углубленному пониманию закономерностей социальной коммуникации в информационном обществе и условий цифровой трансформации. В свою очередь, это требует развития теоретической базы и обобщения данных о влиянии культуры на экономику и общественную жизнь, поскольку востребованность гуманитарной и культурной составляющей возрастает пропорционально масштабам внедрения технических инноваций.

Цифровая трансформация банка предполагает фундаментальное изменение способов работы в целях улучшения качества обслуживания клиентов путем интеграции цифровых технологий во все сферы деятельности. Для того чтобы реагировать на растущие потребности клиентов, банкам, как и другим бизнесам, необходимо трансформировать свою традиционную модель работы не только путем добавления инновационных технологий, но и за счет создания цифровой культуры, которая означает радикальное переосмысление того, как банк использует кадровый потенциал наряду с технологиями для изменения эффективности деятельности и поощрения принятия новых бизнес-моделей. В связи с этим требуется совершенствование подходов и методов для формирования и развития у сотрудников знаний и навыков цифровой культуры, позволяющих повышать уровень эффективности взаимодействия в киберпространстве и скорость адаптации к цифровой трансформации. Это включает разработку методик и соответствующих учебных курсов и программ повышения квалификации специалистов в сфере цифровой культуры и их ускоренной адаптации к технологическим инновациям в банковской сфере.

ИСТОЧНИКИ:

1. Coughlan S. Time spent online «overtakes TV» among youngsters. BBC. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/education-35399658> (дата обращения: 29.08.2021).
2. Измайлова М.А. [Цифровая зависимость и цифровая культура: поиск решений в образовании](#) // Инновации в образовании. – 2020. – № 4. – с. 50–64.
3. Овчинникова О.П., Харламов М.М. [Формирование цифровой культуры предприятия как составляющей цифровой трансформации](#) // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ).

Серия: Социально-экономические науки. – 2020. – № 1. – с. 32–36. – doi: 10.17213/2075-2067-2020-1-32-36.

4. Guy J.S. [Digital technology, digital culture and the metric/nonmetric distinction](#) // Technological Forecasting and Social Change. – 2019. – p. 55–61. – doi: 10.1016/j.techfore.2019.05.005.
5. Вайл П., Ворнер С. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. – М.: «Альпина паблишер», 2021. – 257 с.
6. Rowles D., Brown T. Building Digital Culture A practical guide to successful digital transformation. – Kogan Page, 2017. – 259 p.
7. Шаповалова Г.М. [«Цифровая культура» и «цифровое наследие» – доктринальные дефиниции в области культуры на этапе развития современного российского законодательства](#) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2018. – № 4(43). – с. 81–89. – doi: 10.24866/VVSU/2073–3984/2018–4/081–089.
8. Паньшин Б.Н. [Цифровая культура: теория и практика](#) // Наука и инновации. – 2021. – № 8(222). – с. 45–51.
9. Елькина Е.Е. [Цифровая культура: понятие, модели и практики](#) // Информационное общество. – 2018. – № 2. – с. 195–203.
10. Сагитов С.Т. [Об «отставании» культуры](#) // Казанский педагогический журнал. – 2015. – № 6–2(113). – с. 485–490.
11. Volti R. William F. Ogburn «Social Change with Respect to Culture and Original Nature» // Technology and Culture. – 2004. – p. 396–405.
12. Кузнецова Т.Ф. [Цифровая культура](#) // Знание. Понимание. Умение. – 2018. – № 4. – с. 233–237. – doi: 10.17805/zpu.2018.4.23.
13. Selbst A.D., Boyd D., Friedler S., Venkatasubramanian S., Vertesi J. Fairness and Abstraction in Sociotechnical Systems // ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency. – 2019. – p. 159–168.
14. Arnold M. Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism. / Anthologie Kulturpolitik: Einführende Beiträge zu Geschichte, Funktionen und Diskursen der Kulturpolitikforschung, ed. M. Tröndle and C. Steigerwald. – Bielefeld: transcript Verlag, 2019. – 75–80 p.
15. Kavuri A.S., Milne A.K.L. [Fintech and the Future of Financial Services: What Are the Research Gaps?](#) // CAMA Working Paper. – 2019. – № 18. – p. 1–41. – doi: 10.2139/ssrn.3215849.
16. Паньшин Б.Н. [Концепция формирования информационной культуры у обучающихся экономических специальностей](#) // Образовательные ресурсы и технологии. – 2020. – № 3(32). – с. 71–79. – doi: 10.21777/2500–2112–2020–3–71–79.

17. Casalino N., Ciarlo M., Fontana F., Panico M., Sasseti S. An Innovative Managerial Model for the Digital Culture. / The International Conference on E-Learning in the Workplace, Columbia University. – New York, 2017. – 1–7 p.
18. How can banks build a genuine, effective digital culture? Global Business Finance Review. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globalbankingandfinance.com/how-can-banks-build-a-genuine-effective-digital-culture/> (дата обращения: 29.08.2021).
19. Moore G. [Cramming more components onto integrated circuits](#) // Electronics. – 1965. – № 38(8). – p. 114–117. – doi: 10.1109/N-SSC.2006.4785860.
20. Cortesi S.C., Hasse A., Lombana-Bermudez A., Kim S., Gasser U. Outh and Digital Citizenship+ (Plus): Understanding Skills for a Digital World. – Berkman Klein Center Research Publication, 2020. – 93 p.
21. Going Digital: The Banking Transformation Roadmap. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.es.kearney.com/financial-services> (дата обращения: 29.08.2021).
22. Карачун И.А. Влияние цифровой трансформации на бизнес-архитектуру. / Модернизационные процессы в современной России : сб. статей V Межд. науч.-практ. конф., Пенза, янв. 2021 г. / Под ред. И.А. Мурзиной, В.Н. Ретинской. – Пенза : Приволжский Дом знаний, 2021. – 261–264 с.
23. Ефимочкина Н.Б. [Цифровой мир бизнеса и человек: проблемы и тенденции развития](#) // Вестник университета. – 2018. – № 11. – с. 51–57. – doi: 10.26425/1816-4277-2018-11-51-57.
24. Жуковская Л.В. [Системный анализ и теоретико-игровой инструментарий взаимодействия экономической, правовой и социальной национальных макросистем](#) // Актуальные проблемы экономики и права. – 2019. – № 3. – с. 1287–1300. – doi: 10.21202/1993-047X.13.2019.3.1287-1300.

REFERENCES:

- Arnold M. (2019). *Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism*
- Casalino N., Ciarlo M., Fontana F., Panico M., Sasseti S. (2017). *An Innovative Managerial Model for the Digital Culture*
- Cortesi S.C., Hasse A., Lombana-Bermudez A., Kim S., Gasser U. (2020). *Outh and Digital Citizenship+ (Plus): Understanding Skills for a Digital World*
- Coughlan S. Time spent online «overtakes TV» among youngsters. BBC. Retrieved August 29, 2021, from <http://www.bbc.co.uk/news/education-35399658>

- Efimochkina N.B. (2018). *Tsifrovoy mir biznesa i chelovek: problemy i tendentsii razvitiya* [The digital world of business and people: problems and development tendencies]. *Vestnik Universiteta*. (11). 51–57. (in Russian). doi: [10.26425/1816-4277-2018-11-51-57](https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-11-51-57).
- Elkina E.E. (2018). *Tsifrovaya kultura: ponyatie, modeli i praktiki* [Digital culture: the concept, models and practices]. *Information society*. (2). 195–203. (in Russian).
- Going Digital: The Banking Transformation Roadmap. Retrieved August 29, 2021, from <https://www.es.kearney.com/financial-services>
- Guy J.S. (2019). *Digital technology, digital culture and the metric/nonmetric distinction Technological Forecasting and Social Change*. 145 55–61. doi: [10.1016/j.techfore.2019.05.005](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.005).
- How can banks build a genuine, effective digital culture? Global Business Finance Review. Retrieved August 29, 2021, from <https://www.globalbankingandfinance.com/how-can-banks-build-a-genuine-effective-digital-culture/>
- Izmaylova M.A. (2020). *Tsifrovaya zavisimost i tsifrovaya kultura: poisk resheniy v obrazovanii* [Digital addiction and digital culture: finding solutions in education]. *Innovation in Education*. (4). 50–64. (in Russian).
- Karachun I.A. (2021). *Vliyanie tsifrovoy transformatsii na biznes-arkhitekturu* [The impact of digital transformation on business architecture] (in Russian).
- Kavuri A.S., Milne A.K.L. (2019). *Fintech and the Future of Financial Services: What Are the Research Gaps? CAMA Working Paper*. (18). 1–41. doi: [10.2139/ssrn.3215849](https://doi.org/10.2139/ssrn.3215849).
- Kuznetsova T.F. (2018). *Tsifrovaya kultura* [Digital culture]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*. (4). 233–237. (in Russian). doi: [10.17805/zpu.2018.4.23](https://doi.org/10.17805/zpu.2018.4.23).
- Moore G. (1965). *Cramming more components onto integrated circuits Electronics*. (38(8)). 114–117. doi: [10.1109/N-SSC.2006.4785860](https://doi.org/10.1109/N-SSC.2006.4785860).
- Ovchinnikova O.P., Kharlamov M.M. (2020). *Formirovanie tsifrovoy kultury predpriyatiya kak sostavlyayushchey tsifrovoy transformatsii* [The formation of the digital culture of the enterprise as a component of digital transformation]. *Vestnik Yuzhno-Rossiyskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta (NPI). Seriya: Sotsialno-ekonomicheskie nauki*. (1). 32–36. (in Russian). doi: [10.17213/2075-2067-2020-1-32-36](https://doi.org/10.17213/2075-2067-2020-1-32-36).

- Panshin B.N. (2020). *Kontseptsiya formirovaniya informatsionnoy kultury u obuchayushchikhsya ekonomicheskikh spetsialnostey* [Concept of formation of information culture among students of economic specialties]. *Obrazovatelnye resursy i tekhnologii*. (3(32)). 71–79. (in Russian). doi: [10.21777/2500-2112-2020-3-71-79](https://doi.org/10.21777/2500-2112-2020-3-71-79).
- Panshin B.N. (2021). *Tsifrovaya kultura: teoriya i praktika* [Digital culture: theory and practice]. *Nauka i innovatsii*. (8(222)). 45–51. (in Russian).
- Rowles D., Brown T. (2017). *Building Digital Culture A practical guide to successful digital transformation*
- Sagitov S.T. (2015). *Ob «otstavanii» kultury* [On cultural lag]. *Kazanskiy pedagogicheskiy zhurnal*. (6–2(113)). 485–490. (in Russian).
- Selbst A.D., Boyd D., Friedler S., Venkatasubramanian S., Vertesi J. (2019). *Fairness and Abstraction in Sociotechnical Systems ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. 1 159–168.
- Shapovalova G.M. (2018). «Tsifrovaya kultura» i «tsifrovoe nasledie» – doktrinalnye definitsii v oblasti kultury na etape razvitiya sovremennogo rossiyskogo zakonodatelstva [Digital culture and digital heritage – doctrinal definitions in the field of culture at the development stage of modern Russian legislation]. *Territory of New Opportunities: Vladivostok State University of Economics and Service Bulletin*. (4(43)). 81–89. (in Russian). doi: [10.24866/VVSU/2073-3984/2018-4/081-089](https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2018-4/081-089).
- Vayl P., Vorner S. (2021). *Tsifrovaya transformatsiya biznesa: Izmenenie biznes-modeli dlya organizatsii novogo pokoleniya* [Digital business transformation: Changing the business model for a new generation of organizations] (in Russian).
- Volti R. William F. (2004). Ogburn «*Social Change with Respect to Culture and Original Nature*» *Technology and Culture*. 45 396–405.
- Zhukovskaya L.V. (2019). *Sistemnyy analiz i teoretiko-igrovoy instrumentariy vzaimodeystviya ekonomicheskoy, pravovoy i sotsialnoy natsionalnyh makrosistem* [Systemic analysis and theoretical-game tools of interaction between economic, legal and social national macrosystems]. *Current problems of economics and law*. (3). 1287–1300. (in Russian). doi: [10.21202/1993-047X.13.2019.3.1287-1300](https://doi.org/10.21202/1993-047X.13.2019.3.1287-1300).