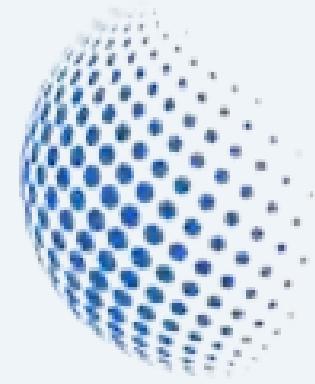




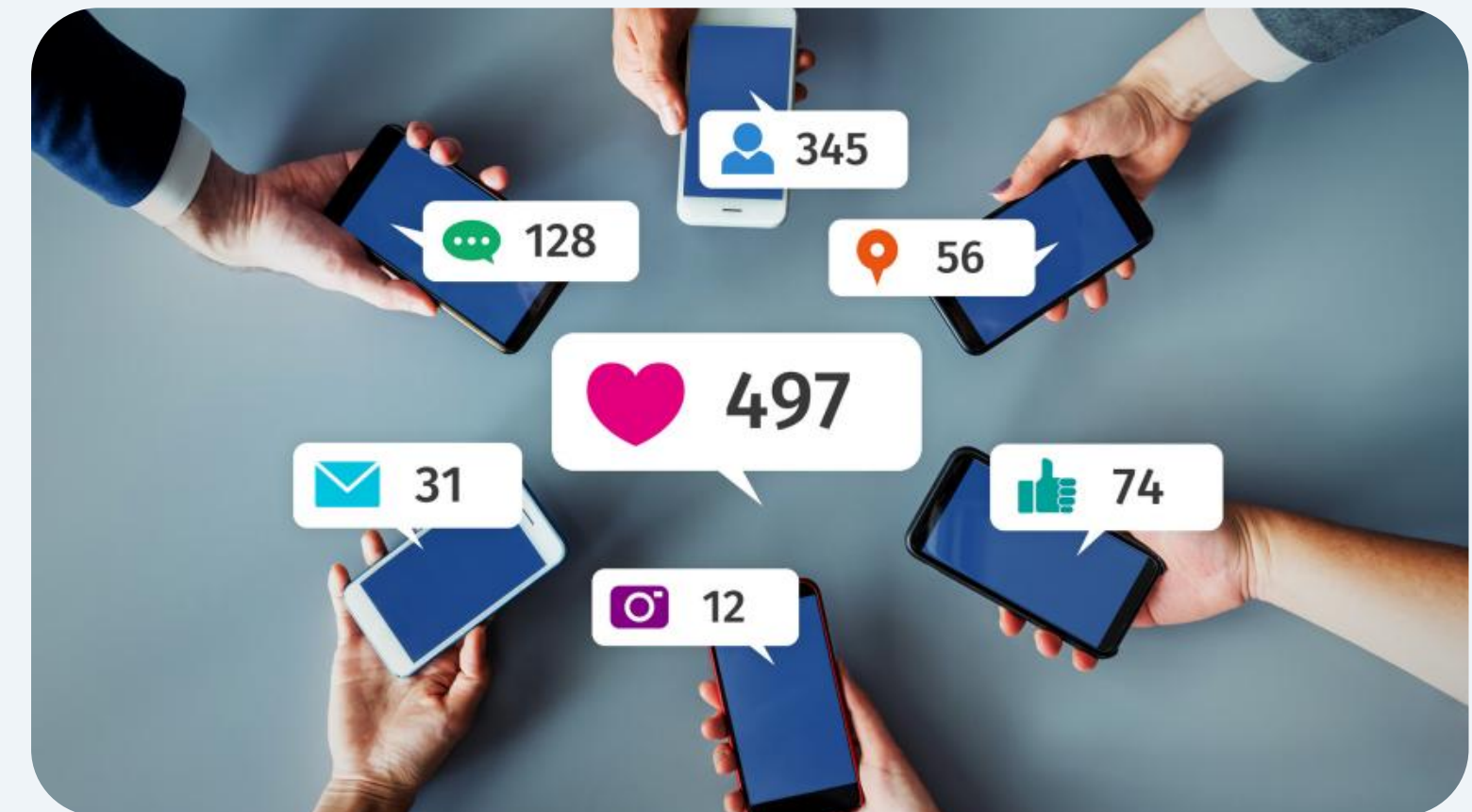
Тема 6. Соціальна комунікація в умовах цифрової трансформації

Ольга Протасенко

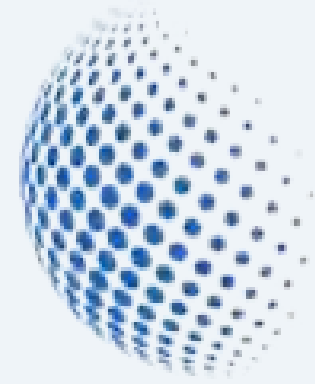


6.1. Що таке цифрові комунікації? У чому їх особливість?

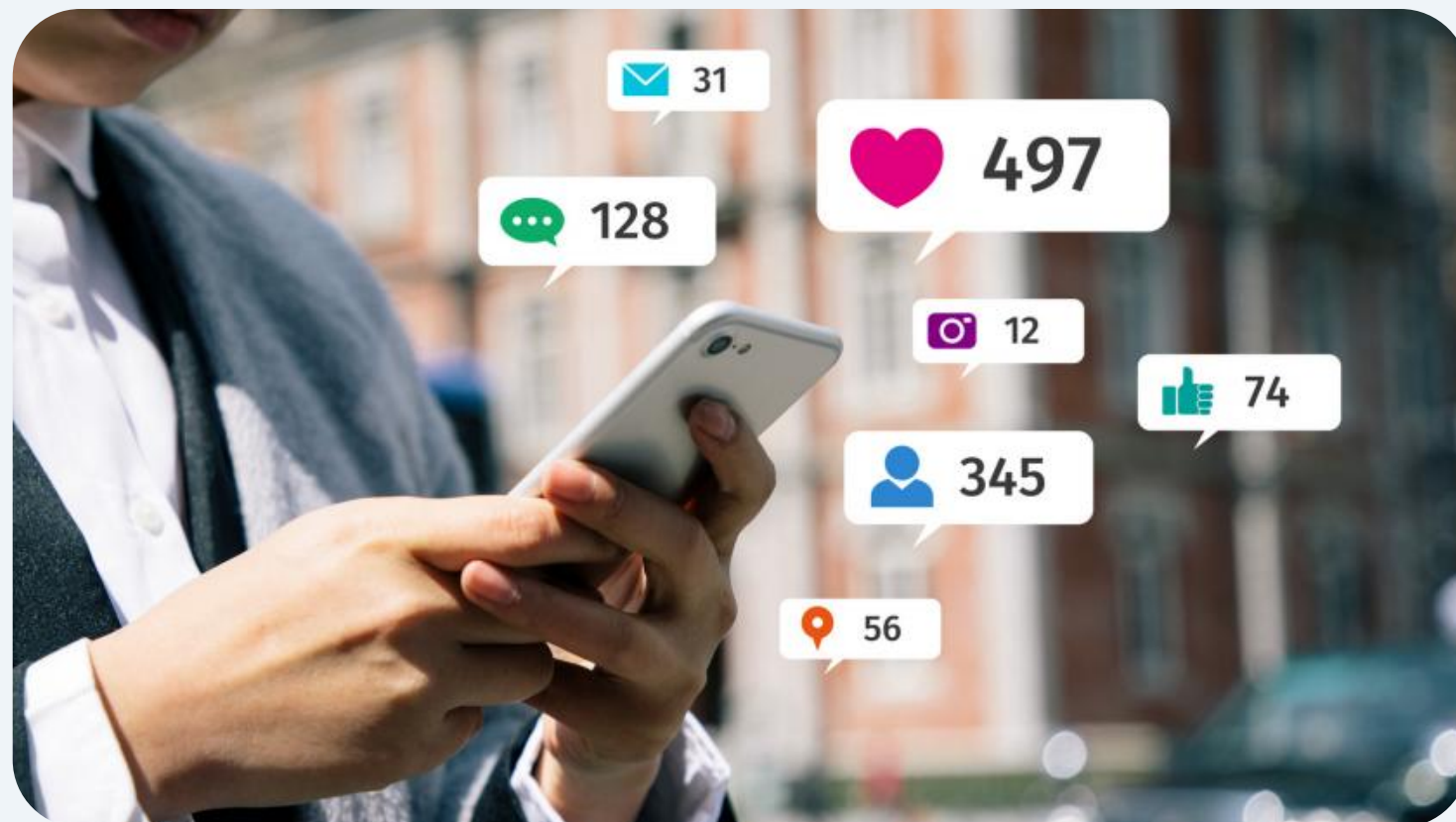
Спілкування – це один з найважливіших видів взаємодії між людьми. У зв'язку з розвитком цифрових технологій сьогодні набули поширення нові види спілкування, тому наразі разом із традиційними засобами комунікації люди широко використовують цифрові комунікації



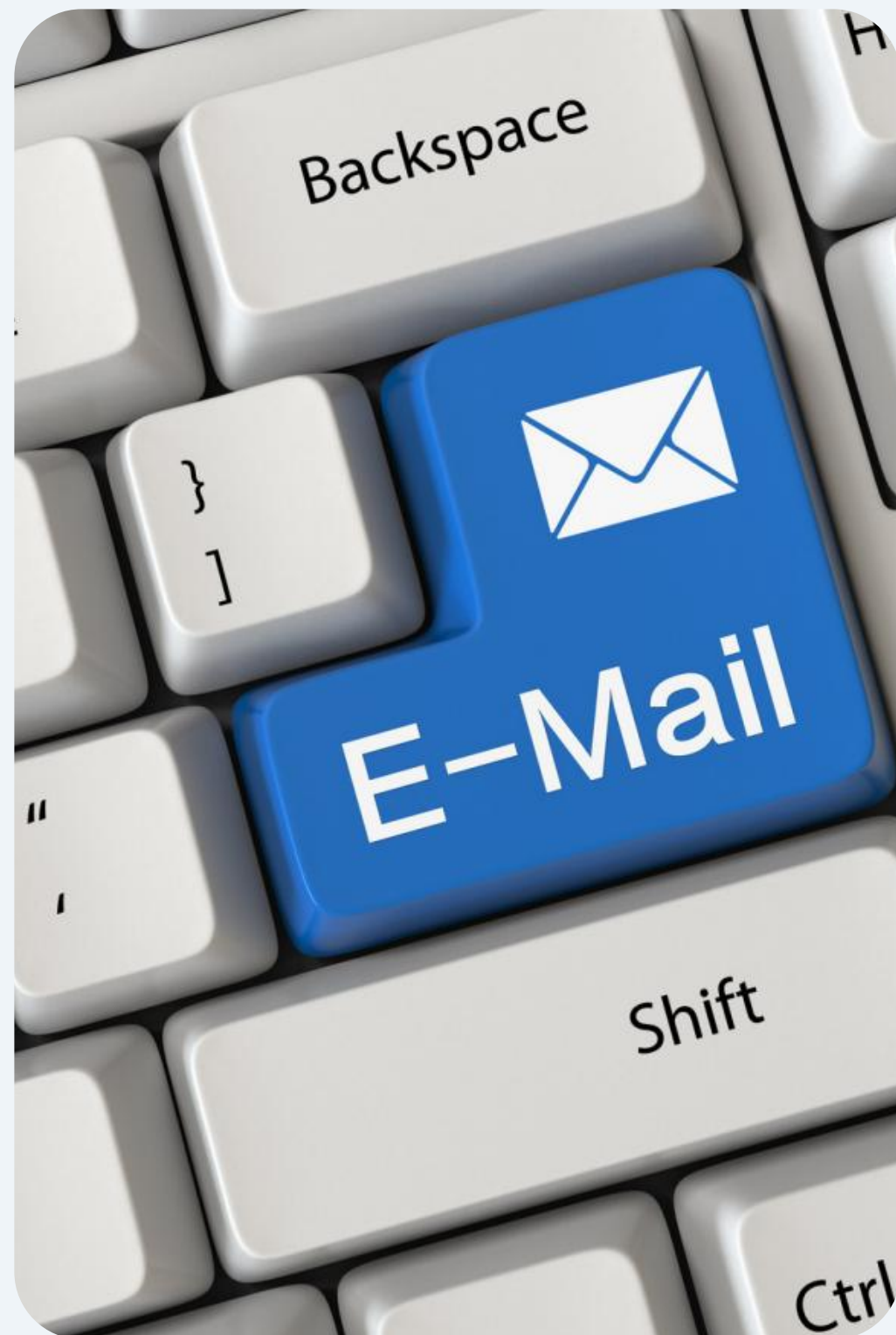
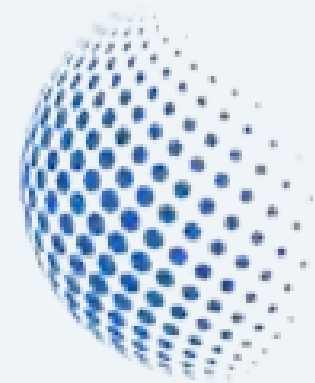
ЦИФРОВА КОМУНІКАЦІЯ
це будь-яка форма комунікації, що відбувається за допомогою технологій та електронних засобів



Інтернет, соціальні мережі та текстові повідомлення змінили спосіб спілкування людей. Ці форми спілкування створили нову соціальну реальність, яка дає можливість користувачеві безперервно та різними способами взаємодіяти з іншими користувачами (інколи, навіть незалежно від їх бажання)



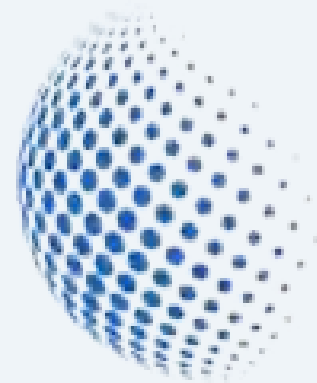
ТРАДИЦІЙНІ СПОСОБИ СПІЛКУВАННЯ
(живе спілкування, дзвінок по телефону,
паперовий лист тощо) не мають таких
переваг



ПРИКЛАД

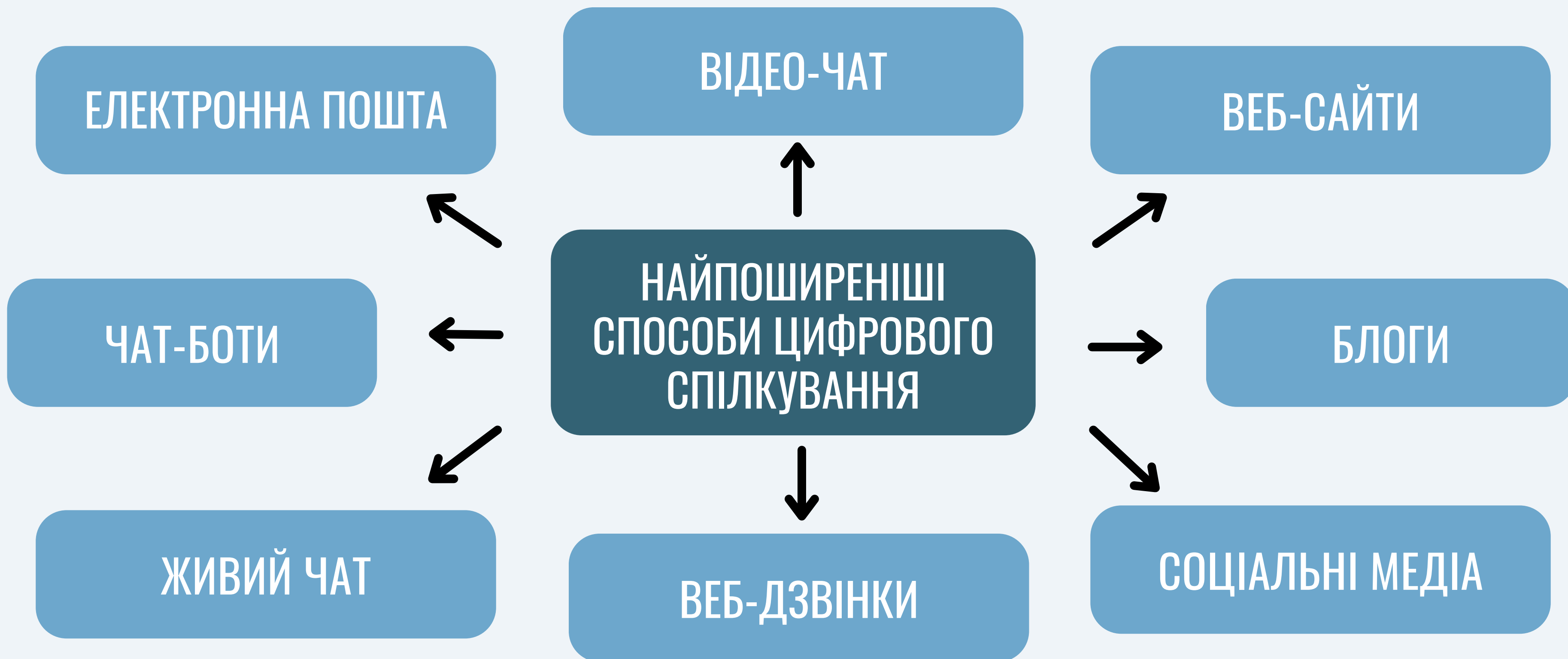
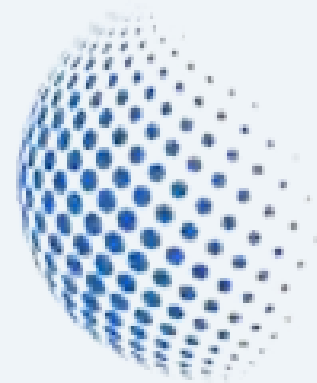
Багато компаній зараз віддають перевагу електронній пошті замість телефонного дзвінка, оскільки електронна пошта забезпечує запис повідомлення. Це зручно для компанії, оскільки навіть якщо користувач видалить повідомлення, то є резервна копія листа і повідомлення про доставку його користувачеві, тому користувачу не вдасться уникнути повідомлення від компанії, як це було раніше (коли користувач не брав слухавку, щоб не спілкуватися з представниками компанії)

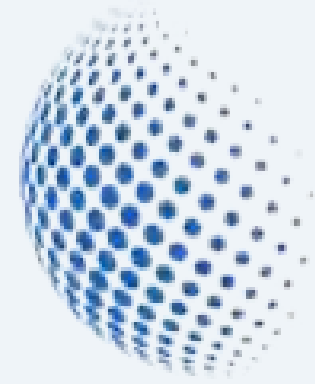




Останніми роками багато компаній і організацій адаптувалися до цифрового спілкування і замінили традиційні форми спілкування, такі як написання і надсилання листів, спілкування віч-на-віч, на нові форми. Прагнучи краще задовольнити потреби громадян, уряди також адаптували багато своїх послуг до умов цифрового середовища





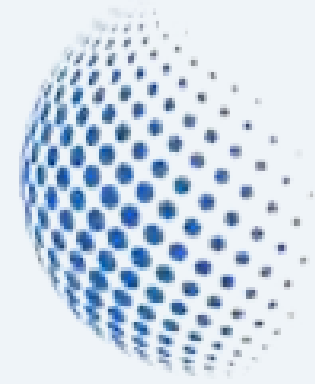


ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

- 1) **людина може вибрати**, коли і з ким хоче спілкуватися, навіть з тим, хто перебуває в іншій частині світу. Більше того, де б не була інша особа, повідомлення передається миттєво;
- 2) **при цифровому спілкуванні вербальне спілкування має пріоритет** над невербальним. Таким чином, контакт часто є коротким, замінюючи довший, більш значущий контакт, яким є спілкування віч-на-віч;
- 3) **лише відео-чати та телеконференції** дозволяють інтерпретувати жести, мову тіла та тон голосу, ніби це розмова віч-на-віч. Проте це все ще дуже далеко від реального людського контакту;
- 4) **цифрові дані можна копіювати**, змінювати або навіть перевидавати;



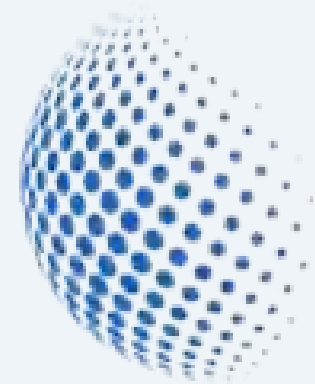
- 5) цифрове спілкування дозволяє знаходити людей, які мають схожі інтереси, з якими інакше ви б ніколи не познайомилися;**
- 6) цифрове спілкування є дешевим способом спілкування.** Наприклад, соціальні мережі та дзвінки через Інтернет безкоштовні. Той факт, що повідомлення не потрібно друкувати на папері, оскільки вони можуть зберігатися на електронному пристрої протягом тривалого часу, означає, що ви навіть можете заощадити гроші. Книги також можна завантажити в електронному вигляді, тож вам не потрібна друкована копія;
- 7) більшу частину вашої особистої інформації можна зберігати на вашому власному пристрої.** Це має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, потрібно бути набагато обережнішим, щоб не загубити мобільний або його не вкрали. Але в той же час це зручно. Наприклад, ви можете оплачувати речі за допомогою мобільного телефону, а паролі чи підтвердження доступу прив'язані до пристрою.



6.2. Діджитал-інструменти соціальної комунікації

Для здійснення комунікації необхідні діджитал-інструменти. Сьогодні завдяки розвитку діджитал-інструментів можна зробити багато справ. Так, у мобільному додатку можна відстежити рух громадського транспорту та запланувати свої поїздки, а в особистому кабінеті на сайті міського водоканалу – сплатити за послуги та перевірити дані лічильника. Вебсайти, соціальні мережі та месенджери допомагають отримати всю необхідну інформацію





Діджитал-інструменти

Вебсайт

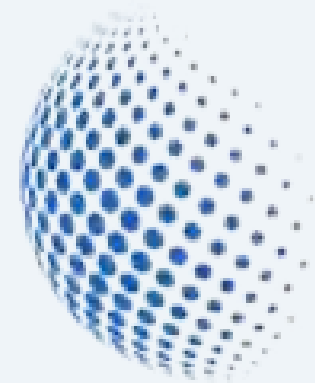


Соціальні мережі



Месенджери





01

ВЕБСАЙТИ

накопичують і зберігають інформацію про життя громад, діяльність влади і розвиток територій. Саме вебсайт дозволяє перенести частину комунікації з населенням з кабінету до мережі

02

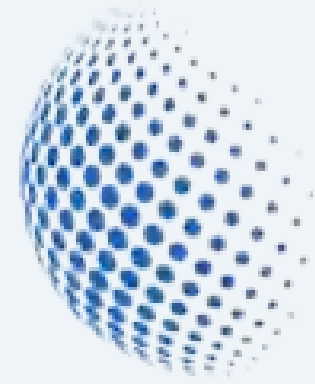
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

переступили межу розваг та перетворилися на окремий віртуальний світ, який пришвидшив темп життя суспільства. Facebook, Twitter, YouTube та Instagram – це найшвидші канали комунікації та канали висвітлення інформації. Технічна складова роботи соціальних мереж постійно модернізується та стає доступнішою

03

МЕСЕНДЖЕРИ

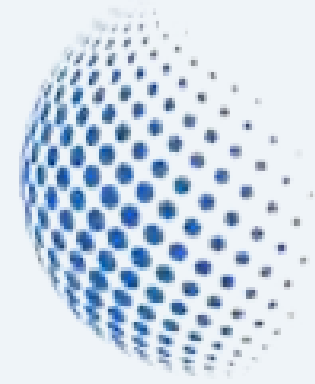
Viber, Telegram, WhatsApp та Facebook Messenger – найбільш популярні сервіси для обміну повідомленнями в Україні. Канал у Телеграмі або чат у Viber допомагають оперативно доводити інформацію до громадян



6.3. Вплив цифрової комунікації на людей

Цифрові комунікації захопили бізнес, освіту, медицину, рекламу тощо. Онлайн-спілкування донесло людям інформацію, яку раніше було неможливо охопити. Це підвищило обізнаність людей про події, що відбуваються у різних частинах світу. Цифрові комунікації надали людству ресурс, який має неймовірні можливості та переваги

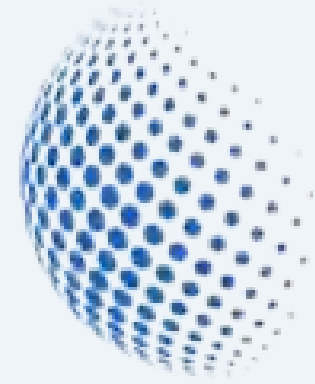




ПРОЯВИ ВПЛИВУ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА СУСПІЛЬСТВО

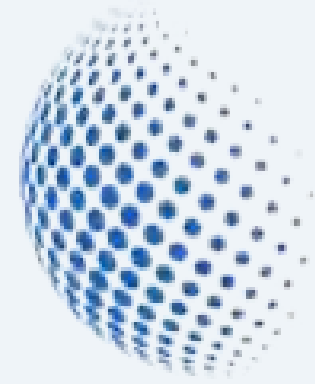
1) поява нових бізнес-стратегій. Легкість доступу до інформації, яку надають соціальні медіа, перейняла традиційні методи покупок, читання новин і навіть навчання. Навчання також об'єднало форуми та чат-кімнати соціальних мереж, щоб підвищити інтерактивність серед студентів, проводити вебінари та просувати заходи та курси. Соціальні медіа є важливою частиною цифрового маркетингу, допомагаючи компаніям виходити за демографічні та географічні межі;

2) онлайн-платежі. Колись онлайн-платежі означали лише послуги онлайн-банкінгу, сьогодні динаміка змінилася. Платформи соціальних мереж, такі як WhatsApp, включають опції (платежі WhatsApp) у програму, яка дозволяє переказувати гроші іншим людям з мінімальними зусиллями. Єдина проблема, яку створюють ці нові платіжні системи, – це дотримання стандартів безпеки. Хоча це зручний спосіб цифрового надсилання грошей, не всі стандарти безпеки врегульовані, щоб гарантувати, що клієнти переходять у безпечну зону;



3) онлайн-охорона здоров'я. Соціальні мережі змінили спосіб надання медичних послуг. Замість того, щоб фізично звертатися до лікаря щодо своїх захворювань, тепер можна одержати консультацію лікаря через засоби онлайн зв'язку. Це є значною перевагою для пацієнтів, які не можуть з різних причин особисто відвідати лікарню;

4) підвищення рівня громадянської свідомості. Соціальні медіа змінили спосіб управління, зробивши процес більш прозорим. Багато лідерів у всьому світі використовували соціальні медіа, щоб висловити свою думку та пріоритетні питання, даючи людям краще зрозуміти уряд, який вони обрали. Це також обмежило вплив зацікавлених сторін на те, яка інформація має доходити до людей. До того, як соціальні медіа вступили в цифрову еру, традиційні медіа та уряд були єдиними джерелами інформації. Однак зараз ситуація з доведенням інформації до громадян змінилась на краще. Недоліком є те, що деякі організації також зловживають владою соціальних мереж, щоб негативно впливати на людей;



- 5) боротьба зі стихійними лихами.** Глобальне потепління вплинуло на нашу планету настільки, що стихійні лиха часто потрапляють у заголовки газет. З огляду на це соціальні медіа стали порятунком, завдяки чому фонди допомоги, інформація та підтримка можуть надсилаються та отримуються легше. Наприклад, функція перевірки безпеки на Facebook дозволяє вам позначити себе в безпеці в зонах лиха, допомагаючи друзям і родині знати, що ви в безпеці, якщо немає іншого засобу зв'язку;
- 6) зростання рівня соціальної справедливості.** Соціальні медіа зіштовхнули людей з гуманітарними проблемами. Багато організацій із соціальної роботи, наприклад із захисту тварин та збору коштів, також використовують соціальні медіа, щоб привернути увагу до проблем суспільства. Вони об'єднують активістів, що дозволяє людям підняти свій голос проти несправедливості (наприклад, рух #metoo) і допомагає людям об'єднуватися заради соціальних справ.



6.4. Цифрова дистанція, або як працює діджитал-етикет

В епоху тотальної діджиталізації з'явилося багато правил цифрового етикету. Часто вони навіть суперечать одне одному. Це пов'язано зі збільшенням кількості комунікаційних процесів і з різними характеристиками цих процесів. Те, що може підходити одній компанії, одній сфері діяльності, не підходить іншій



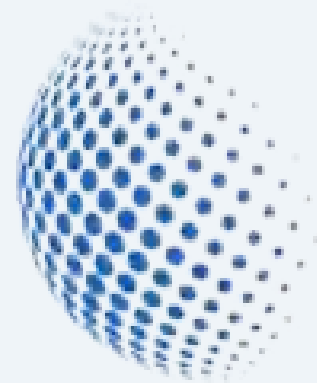
Те саме стосується неформальної комунікації. Багато хто вважає, що етикет – це обмеження. Але мета етикету цифрової комунікації – зробити спілкування зрозумілішим, зняти напруження у співрозмовників, а не затиснути їх у рамки. Усе це сьогодні називають культурою контакту



У комунікації завжди дуже важливо домовлятися. Наприклад, чи можна писати людям посеред ночі? Можна, якщо ви домовитеся, що вам обом так комфортно. Головне правило на будь-якому етапі спілкування – не порушувати чужих кордонів без домовленості

Закони дистанції в інтернеті й закони дистанції в живому спілкуванні пов'язані й мають певну схожість. У живому спілкуванні люди звикли не вторгатися в особистий простір незнайомих людей. У цифровому світі дистанція теж існує, вона визначається каналом комунікації





01

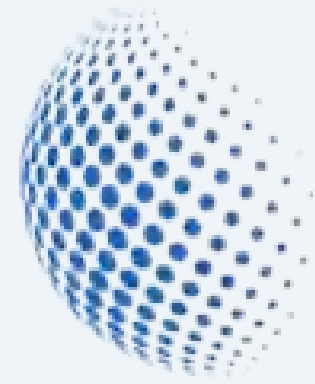
“Найдальша відстань” у діджитал-просторі – це електронна пошта.
Допустимий час очікування відповіді тут – дві доби. У бізнес-комунікації, особливо діє правило: якщо на сайті компанії вказана електронна пошта, то спочатку потрібно звертатися через пошту, а вже після цього – через месенджери

02

“Середня відстань” у діджитал-просторі – це месенджери. Тут допустимий час реакції скорочується до одного робочого дня

03

“Найкоротша цифрова дистанція” – це дзвінок на особистий номер. При цьому телефонувати варто тільки в тому разі, якщо нема відповіді з інших каналів. Якщо проводити аналогію із живим спілкуванням, то з розвитком діджитал-технологій дзвінок став рівносильним раптовому візиту в особистий кабінет директора

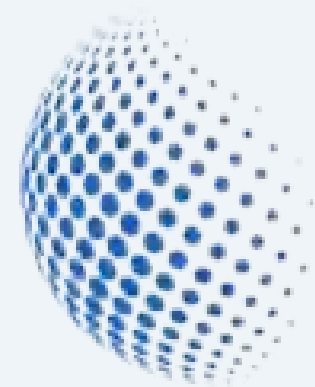


6.5. Роль цифрової комунікації у бізнесі: європейський і український досвід

Впровадження ІКТ, які є базисом формування й реалізації цифрових стратегій або їх елементів на підприємствах України стало можливим завдяки щорічному зростанню частки цифрових даних, що створюються, зберігаються та опрацьовуються



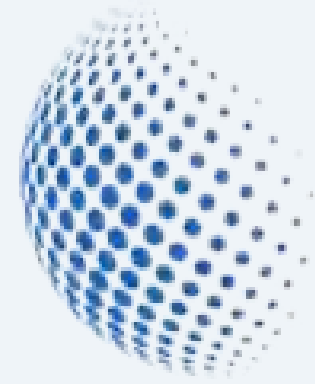
Понад 80% підприємств малого бізнесу України наразі використовують у своїй діяльності мережу Інтернет та ІКТ. Проте, якщо детальніше проаналізувати показники використання ІКТ на підприємствах маємо висновок, що **підприємства України повільніше впроваджують ІКТ, ніж підприємства країн ЄС**



Відставання частки фахівців у сфері ІКТ на українських підприємствах у **3,5 рази менша** від підприємств **країн ЄС**. Проте у малому бізнесі України ця частка лише на 4% нижча, аніж у країнах ЄС. У 2020 р. близько 80 % підприємств країн ЄС мали веб-сайт, у т. ч. 77% підприємств малого бізнесу



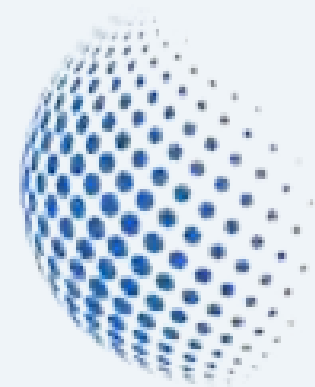
В Україні цей показник є значно нижчим: 35,2% та 30,4% відповідно. Хоча варто зазначити позитивний тренд у зростанні частки підприємств, які мають веб-сайт, що свідчить про те, що підприємства надають все більшого значення своїй присутності в Інтернеті, про що свідчить використання нових складних функцій в Інтернеті



В **ЄС** 33% великих підприємства та 12% малих підприємств повідомили про аналіз великих даних у 2020 році, а в **Україні** цей показник майже у 6 разів нижчий для великих підприємств та на 7,4 % нижчий для підприємств малого бізнесу



На підприємствах країн **ЄС** одне з п'яти підприємств здійснило електронні продажі у 2020 р., які становили 17% від загального обсягу обороту. В **Україні** лише 5% обсягу реалізованої продукції було реалізовано через мережу Інтернет та лише 2% підприємствами малого бізнесу



Зважаючи на те, що послуги хмарних обчислень можуть задовольнити широкий спектр потреб у ІКТ для бізнесу. У 2020 р. лише 10% підприємств в Україні та 8,9% підприємств малого бізнесу купували послуги хмарних технологій для зберігання файлів в електронному вигляді; офісного програмного забезпечення (наприклад, текстових процесорів, електронних таблиць тощо), для розміщення своїх баз даних. Зростання кількості цифрових продуктів, процесів та послуг спричинило активне дослідження цифрових стратегій





ЦИФРОВА СТРАТЕГІЯ БІЗНЕСУ

є стратегією, яка сформована та реалізується через використання цифрових ресурсів, у тому числі комунікаційних. Ця стратегія визначає бажані майбутні можливості бізнесу на основі інтеграції та використання нових цифрових технологій для досягнення бажаного майбутнього стану підприємства

Цифрова стратегія передбачає формування потенційно нових потоків доходу з цифрового зв'язку, розширення продуктової лінійки, послуги та взаємодії з клієнтами. При цьому формування цифрової стратегії відбувається шляхом інтеграції цифрових технологій із основними цінностями та бізнес-цілями підприємства для забезпечення стійкого результату

Дослідження проведені Інститутом промислового машинобудування імені Фраунгофера доводять, що цифрова стратегія є частиною бізнес-стратегії, на якій фокусуються проєкти діджиталізації. Вона складається із цифрового бачення компанії й виражає бізнес-цілі та пріоритети стратегії