

3. Экономика Беларуси [Электронный ресурс] / Официальный интернет портал Президента Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics>. – Дата доступа: 21.10.2021.

4. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/-document/?guid=3871&p0=P32100292>. – Дата доступа: 25.10.2021.

УДК 316.4

Серова Е. С., студент

УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В процессе развития информационных технологий и дальнейшей цифровизации бизнес-среды функционирования организаций, использующих для хранения и передачи информации всемирную систему объединенных компьютерных сетей – Интернет, относительно новым направлением развития бизнеса явилось использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда или маркетинг в социальных медиа (*social media marketing*, SMM), суть которого – создание и администрирование сообществ в социальных сетях для более успешного продвижения и рекламы товаров и услуг. Продуктом диджитал сферы (англ. digital – «цифровой», digital marketing, диджитал-маркетинг, диджитал-агентства) являются новые для нас профессии: видеоблогеры, стримеры и геимеры, генерирующие контент для своих подписчиков вовлекая их в онлайн-общение, комментирование и всяческое выражение своей позиции по обсуждаемой теме. Их цель – накопление социального капитала через обретение популярности и узнаваемости в социальных сетях, приток новых участников для последующей конвертации в рост доходности собственного бизнеса. Социальный капитал – это определенная совокупность отношений, выражаемая через доверие, социальные связи и общественные нормы, которые помогают людям и социальным группам взаимодействовать друг с другом. Размер социального капитала зависит от уровня профессионализма пользователя, этики общения с другими пользователями, совокупности знаний, коммуникативных навыков, социальных связей в социальных сетях.

Одновременно с процессом социализации молодежи в сетевом пространстве происходит процесс накопления социального капитала представителями данной социально-демографической группы. Под социальными сетями, как правило, понимается любое взаимодействие между индивидами, возникающее в процессе совместной деятельности на базе определенной онлайн-платформы, посредством которого совокупность социальных связей и отношений, возникающих между пользователями и опосредованных интернет-соединением, формирует виртуальные сообщества, которые через использование возможностей он-

лайн-взаимодействия становятся более сплоченными и лучше достигают коллективных целей. Социальные сети для большинства молодых людей становятся сегодня основным местом повседневного существования, определяя их образ жизни, взгляды на жизнь и ценностные установки, а социальные связи, как и те, что устанавливаются при вербальном общении, могут быть трансформированы в социальный капитал личности, который в будущем может стать базой для формирования человеческого, интеллектуального капитала, применимого в качестве ресурса функционирования организации.

По данным ежегодного отчета о состоянии цифровой сферы We Are Social и Hootsuite Global Digital 2021 число пользователей социальных сетей за последний год увеличилось более чем на 13 %. К началу 2021 года в социальных сетях прошли регистрацию почти полмиллиарда новых пользователей, в среднем в течение 2020 года каждый день было создано более 1,3 миллиона новых аккаунтов, что составляет примерно 15,5 новых пользователей в секунду. Рядовой пользователь социальных сетей сейчас проводит на этих платформах 2 часа 25 минут каждый день, что соответствует примерно одному дню в неделю за вычетом времени на сон. Самые востребованные социальные сети СНГ – Инстаграм, YouTube и ВКонтакте – наиболее популярны у аудитории пользователей в возрасте от 16 до 24 лет, что говорит о значительном влиянии виртуальных социальных сетей на социализацию современной молодежи, накопление ими социального капитала [1].

Пути формирования и применения социального капитала обусловлены характером социальной коммуникации. В отличие от традиционной социально-коммуникативной системы, основанной на вербальной передаче и получении информации между индивидами, интернет-коммуникации более активны и глобальны в способности преодолевать препятствия и ограничения для создания социальных связей.

Способность установления мгновенной связи между участниками коммуникационного процесса, отсутствие временных и территориальных ограничений способствует ускорению формирования более качественных социальных связей, что приводит к росту накопления социального капитала [2].

На основе оценки совокупности аналитических данных, представленных в различных исследованиях, которые регулярно проводятся в молодежной среде, можно заключить, что существует прямая связь между успехом индивида в социальных интернет-сообществах и конкурентоспособностью в реальной жизни: чем популярнее пользователь социальных сетей, тем активнее его виртуальное пребывание в сети, тем большую величину своих виртуальных коммуникативных связей он может трансформировать в бизнес-коммуникации. Данные социологических исследований, проведенных в Тюменской области Российской Федерации свидетельствуют о том, что в современной молодежной и подростковой среде успех в виртуальных сетях и реальная конкурентоспособность тесно связаны и взаимообуславливают друг друга: так, 66 % городских и 57 % сельских старшеклассников убеждены, что люди, имеющие большую популяр-

ность в социальных сетях, являются конкурентоспособными. Отрицательно на данный вопрос ответили лишь 34 % учащихся городских и 43 % учащихся сельских школ [3, с. 106].

Существует несколько форм поведения участников в социальной сети: активная и пассивная. Представители первой формы являются либо руководителями сетевых сообществ, либо их активными участниками, динамично транслируя различную информацию в значительном масштабе и ротации, а во втором случае пользователи лишь потребляют предложенный им контент, не являясь его генератором, транслируя минимальный объем информационных данных. Соответственно, активная роль дает пользователю больше преимуществ в формировании социального капитала.

В наше время с появлением интернет-профессии в обществе формируются профессиональные связи, которые осуществляются исключительно онлайн. Количество бизнес-проектов (блоги, каналы в социальных сетях для медиаконтента, профили «Instagram» и др.), ориентированных исключительно на интернет-коммуникацию, растет, что, несомненно, приводит к трансформации социального капитала, заработанного посредством взаимодействия с интернет-ресурсами, в финансовый (денежный) капитал, на основе которого возможно осуществление процессов расширенного воспроизводства товаров и услуг посредством вложений в создание и развитие бизнеса.

Профессиональная социализация молодежи сегодня связана сообщением в социальных сетях, где происходит освоение новыми пользователями необходимых ролей, формирование новых связей, знаний и навыков для успешной коммуникации в интернет-пространстве и в обществе в целом. Невозможно сосчитать количество групп в виртуальных социальных сетях, которые посвящены различным направлениям предпринимательства в самых разных областях.

Участники закрытых профессиональных сообществ активно общаются друг с другом и с потенциальными партнерами, находят себе инвесторов и компаньонов для своих проектов. В ходе доверительного общения происходит обмен информацией, которой нет в широком доступе, организуют стартапы и конкретные проекты. Социализирующий эффект, который несут интернет-сообщества, благоприятно отражается не только на участниках, которые уже функционируют в бизнесе, но и на представителях молодежной среды, в первую очередь студентах и учениках старших классов средних школ. Происходит онлайн-обучение профессиональным навыкам, на примере участников, которые добились успеха, усваивается специфическая система ценностей данного сообщества и происходит онлайн-реализация на практике профессиональных навыков, что в последствии может привести к созданию своего бизнеса или устройства на работу в уже реализуемые проекты. Используя все возможности Интернета, находясь практически онлайн в социальных сетях, у молодого поколения есть шанс развить качества, способности и компетенции, в которых остро нуждается современное общество, но не в силах помочь сформировать

официальные первичные и вторичные агенты социализации – семья, официальные учреждения. Коммуникативная среда в виртуальном пространстве более открыта для общения индивидов, расширяет их кругозор и ориентирует на реализацию модели успеха.

Все это привело к тому, что социальный капитал, формируемый и накапливаемый в социальных сетях, в обществе стал восприниматься полноценным ресурсом, который имеет большое социально-экономическое значение. В социальных сетях, как и в реальности, социальный капитал пользователей существенно различается в зависимости от их уровня компетентности, этики общения, ценностных и поведенческих установок. Активная коммуникация в социальных сетях Интернета, которая предоставляет возможности для совершенствования профессиональных навыков, делового взаимодействия, установления личных отношений, дистанционного обучения, а также способствует накоплению социального капитала посредством установления множества связей и способов общения в социальных сетях позволяет активной части пользователей с определенной степенью успеха конвертировать социальный капитал, накопленный в социальных сетях, в свой профессиональный рост, творческие достижения, финансовое благополучие. Соответственно влияние виртуальных сообществ как агента социализации современной молодежи нарастает.

Способность накопленного социального капитала конвертироваться в офлайн в виде социальных связей, экономических, образовательных и культурных возможностей, является позитивным аспектом. Однако существуют также определенные риски для молодежи при общении в социальных сетях. Бесконтрольность сетевого общения молодежи, с учетом их небольшого жизненного опыта, провоцирует появление социализационных рисков, что приводит к формированию отклонений, связанных с общением в социальных сетях. Всевозможные течения религиозного и политического экстремизма, способные к манипулированию сознанием подростков, толкающие их к противоправным действиям, крайне затруднительно контролировать и, тем более, ограничивать их посещение, онлайн. Все это обуславливает необходимость дальнейшего поиска способов и методов повышения эффективности коммуникаций с использованием социальных интернет-платформ и приводит к выводу о значительных трудностях на пути социализации посредством онлайн-взаимодействия, прежде чем будет найден баланс между способностью виртуальной реальности формировать, продуцировать экономический потенциал и возможностями эффективного его использования с целью роста благосостояния людей в реальной жизни.

Литература

1. Леушкин, Р. В. Виртуальный социальный капитал: место и роль в системе современного общества / Р. В. Леушкин // Электронные журналы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://e-notabene.ru/pr/article_17641.html. – Дата доступа: 21.10.2021.
2. Digital 2021: Актуальная статистика и аудитория социальных сетей в мире и Беларуси // Belretail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belretail.by/article/digital-aktualnaya-statistika-i-auditoriya-sotsialnyih-setey-v-mire-i-belarusi>. – Дата доступа: 20.10.2021.

З. Семенов, М. Ю. Виртуальная конкурентоспособность: оценка молодежи / М. Ю. Семенов. – Образование и наука. – 2018. – № 20 (3). С. 100–116.

УДК 339.336.76

Тимошкова В. Р., студент
научный руководитель – **Протасеня С. И.**, к. э. н., доцент
УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инновации играют важнейшую роль в обеспечении экономического развития страны. Именно они определяют уровень конкурентоспособности товаров и экономики страны на международной арене. Инновационные технологии оказывают значительное влияние на все сферы жизнедеятельности людей. В настоящее время современные технологии развиваются очень быстро и с каждым днём их становится всё больше и больше. Рынки уступают место новым, появляются страны, предлагающие новые возможности, и они становятся новыми источниками конкуренции.

Приоритеты развития Республики Беларусь направлены на достижения таких целей, как обеспечение государственной экономической и политической независимости, создание условий для роста благосостояния граждан. Достичь этого возможно только при осуществлении инновационной политики и стимулирования реализации инновационных проектов.

Инновационная политика – это политика, комплекс мер которых направлен на стимулирование субъектов экономики выпускать новые виды конкурентоспособной продукции, разрабатывать и внедрять прогрессивные технологии. Приоритетными направлениями являются: ресурсосберегающие технологии, новые источники энергии, повышение конкурентоспособности продукции машиностроения и радиоэлектроники, расширение экспорта и занятие новых ниш мирового рынка, импортозамещение производства, информационные технологии, телекоммуникации и связь, энергетика и транспорт, переработка и хранение продукции, охрана окружающей среды.

Целью государственной инновационной политики в Республике Беларусь является создание благоприятных социально-экономических, организационных и правовых условий для инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Инновационные технологии получили широкое распространение в таких сферах, как медицина, агропромышленность, образование, инфраструктура, альтернативная энергия, различные виды тяжёлой промышленности. Так, последние изобретения в области медицины помогают диагностировать серьезные заболевания и начинать лечение на ранних стадиях. В 2018 году был создан прибор для бесконтактной оптической диагностики раковых заболеваний с це-