

УДК 316.4

Е.П. Немировская

ИННОВАЦИОННАЯ МЕДИАСРЕДА В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ХИППИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Рассматриваются особенности индустрии 4.0 и ее влияние на современную медиасреду. Инновационная медиасреда зависит от целевой аудитории – современных потребителей СМИ. Автор дает характеристику социальным группам инновационной медиасреды – цифровым кочевникам, цифровым аборигенам, цифровым иммигрантам и цифровым ковбоям. В заключение предлагается перечисленные социальные группы объединить под общим понятием «цифровые хиппи».

Ключевые слова: инновационный; медиасреда; цифровые хиппи; глобализация.

E.P. Nemirovskaya

INNOVATIVE MEDIA ENVIRONMENT IN THE ERA OF DIGITAL HIPPIES AND GLOBALIZATION

The article discusses the features of industry 4.0 and its impact on the modern media environment. Innovative media environment depends on the target audience – modern media consumers. The author characterizes social groups of the innovative media environment – digital nomads, digital natives, digital immigrants and digital cowboys. Finally, the author suggests to unite these social groups under the common concept of “digital hippies”.

Keywords: innovation; media; digital hippies; globalization.

Беспрецедентное развитие технологий определяет новые тенденции общественных изменений и их глобальный характер.

Цифровая эпоха – это устоявшийся феномен. Все коммуникации – межличностные, деловые, политические осуществляются через электронные устройства. В связи с этим изменяется скорость и

характер потребления информации, где бы мы не находились: в Сибири или на другом континенте.

Сейчас эксперты провозглашают наступление индустрии 4.0 (Четвертой промышленной революции) [1]. Так, по заявлению известного экономиста К. Шваба, чертами новой промышленной революции станет:

1. Изменение работы, стиля жизни людей и отношения друг к другу.

2. Возможности людей будут умножаться за счет прорывов в технологических областях – искусственном интеллекте, робототехнике, нанотехнологиях, биотехнологиях, BigData и др.

3. Откроются возможности для тех, кто обеспечивает интеллектуальный капитал – инвесторов, изобретателей, акционеров и др.

4. Появление глобальных платформ и новых бизнес-моделей приведет к переоценке индивидуальных способностей людей, культуры общества и организационных форм.

5. Переход от цифровых технологий к инновациям и их комбинации¹.

К. Шваб отмечает и важную тенденцию в связи с описанными чертами – постоянное развитие и умение видеть изменяющуюся среду и встраиваться в нее.

Реагирует на новые вызовы индустрии 4.0 и современная медиасреда. Так WAN-IFRA (Всемирная газетная ассоциация) провела исследования «Инновации в медиа», в которые с 2010 года было вовлечено более 1800 респондентов от Америки до Зимбабве. В процессе исследования обнаружили стойкую связь между развитием инновационной культуры в медиа-компаниях и их финансовой успешностью. Эксперты связывают это с таким драйвером изменений как инновационная корпоративная культура.

20 % опрошенных медиа менеджеров назвали в качестве наибольшего риска для своих компаний медленный поворот к внедрению инноваций и неспособность быстро перестраиваться и отвечать на технологические вызовы.

¹ Четвертая промышленная революция: интернет вещей, циркулярная экономика и блокчейн. URL: <http://www.furfur.me/furfur/changes/changes/216447-4-aya-promyshlennaya-revoljutsiya>. (3.09.2017).

Руководители медиа признают необходимость радикальных преобразований бизнес-моделей в ближайшем будущем. Для реализации этих планов, несомненно, потребуются новые лидеры, которые должны понимать современные технологические тренды и быстро отзываться на новые возможности.

В отчете Всемирной газетной ассоциации заключают: «Наибольшие риски для успеха компаний связаны не с бизнес-моделями, падениями доходов от рекламы или политической нестабильностью – они связаны, прежде всего, с нежеланием компаний инвестировать в инновации. Компании, для которых инновационность является приоритетом, декларируют организационные и финансовые успех, более чем в 9 раз превышающий показатели компаний, которые этого не делают»¹.

Таким образом, руководители СМИ отмечают, что необходимо предпринимать следующие шаги, чтобы соответствовать инновационным изменениям:

- инвестировать в технологии как для наращивания аудитории, так и для коммерческих целей;
- развивать конвергенцию не только информационных каналов (принт, онлайн, видео), но и функций внутри компаний (технологии, журналистика, продажи);
- оптимизировать и повышать эффективность;
- монетизировать через новые бизнес-модели;
- работать с социальными медиа.

Такое качество, как инновационность медиасреды также зависит от целевой аудитории, иными словами от современных потребителей СМИ, конечного звена в коммуникативной цепочке.

Первое понятие цифровой эпохи – «digitalnomad», так называемые «цифровые кочевники». Термин ввели еще в конце 1990-х гг. ЦугиоМакимото и Дэвид Мэннерс.

Позже появились и новые разновидности – «цифровые ковбои», «цифровые иммигранты», «цифровые аборигены» [2]. Не смотря на сходство понятий, это разные социальные группы,

¹ «Инновации в медиа». Резюме WAN-IFRA по итогам исследования // Планета СМИ. URL: <http://planetasmi.ru/izdatelskij-biznes/52831-innovatsii-v-media-rezyume-wan-ifra-po-itogam-issledovaniya> (12.09.2017).

обладающие отличительными чертами. Мы собрали основную информацию по основным социальным группам цифровой эпохи в виде таблицы (табл.).

Социальные группы цифровой эпохи

Название группы	Авторы термина	Определение	Признаки группы
Цифровые кочевники (цифровые номады) Цуэго Макимото, Дэвид Маннер		Особая социальная категория людей, которая использует цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения своих профессиональных обязанностей и ведёт мобильный образ жизни	Мобильный образ жизни, постоянная подключенность к сети, стирание национальной идентичности
Цифровые аборигены	Марк Пренски	Люди, которые родились в период цифровой революции и с самого рождения находятся под воздействием цифровых технологий	Носители цифровых технологий, владение цифровым языком, быстро и хаотично получают информацию, усваивают информацию в форме игры, работают в условиях многозадачности, лучше функционируют в сети, предпочитают визуализировать
Цифровые иммигранты	Марк Пренски	Люди, рожденные в доцифровую эпоху, они адаптируются к постоянным ее изменениям	Вынуждены адаптироваться к цифровой среде, говорят на языке «доцифровой» эпохи
Цифровые ковбои	ПеккаА. Вильякайнен и Марк Мюллер-Эберстайн	Цифровые аборигены сферы предпринимательства	Стремление к риску и свободе выбора, сложным задачам, внедрение в свою деятельность инноваций, приверженность к инновациям

Все представленные социальные группы – новые определения, которые требуют, как теоретического осмысления, так и эмпирических исследований. Ясно одно, это продукты цифровой эпохи и сетевого общества.

Современных потребителей медиа мы называем «цифровые хиппи». Предложенная группа может быть рассмотрена применительно ко всей медиа среде: и медиа менеджерам, и целевой аудитории. Их отличает отсутствие приверженности к одному виду СМИ, случайность получения информации, приверженность электронным вариантам медиа с оригинальной подачей и отсутствием политической информации. Медиа менеджеры-хиппи – это приверженцы инновационного подхода к организации медиа структуры и управления ей (например, Медуза), организация удаленных команд нового формата, способность управлять удаленно, связь с новейшими технологиями.

Таким образом, в современном технологически мире, появляются новые социальные группы, которые зависят от инноваций и меняют все сферы общества, включая и медиа среду.

Список использованной литературы

1. Немировская Е.П. Технологии как фактор инновационного развития: теоретический анализ [Электронный ресурс] / Е.П. Немировская// BaikalResearchJournal. – 2016. – Т. 7, № 5. – Режим доступа: <http://brj-bguerp.ru/reader/article.aspx?id=20919>. Nemirovskaya E. P. Crowdsourcing technology as a factor of innovative development: a theoretical analysis. Baikal Research Journal, 2016, vol. 7, no. 5. DOI : 10.17150/2411-6262.2016.7(5).10. (In Russian).

2. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants [Электронный ресурс]. URL:<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (12.09.2017).

3. Галажинский Э. Цифровые кочевники: они уже среди нас / Э. Галажинский // Слово ректору. – Режим доступа: http://www.tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas/ (11.09.2017).

References

1. Nemirovskaya E. P. Crowdsourcing technology as a factor of innovative development: theoretical analysis. *Baikal Research Journal*, 2016, vol. 7, no. 5. DOI : 10.17150/2411-6262.2016.7(5).10. (In Russian).

2. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants. Available at: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives.%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (12.09.2017).

3. Galazhinskii E. Digital nomads: they are already among us. *Slovo rektoru* = *Call on Rector to speak*. Available at: http://www.tsu.ru/university/rector_page/tsifrovye-kochevniki-oni-uzhe-sredi-nas/ (11.09.2017).

Информация об авторе

Немировская Елена Павловна – кандидат социологических наук, доцент кафедры языковой подготовки, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина 11, leo@levgroup.ru.

Author

Elena P. Nemirovskaya – PhD in Sociology, Associate Professor of Department of Language Training, Baikal State University, 11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russia, e-mail: leo@levgroup.ru.