

Социально-психологические особенности цифровых кочевников, ведущих предпринимательскую деятельность

Угольниковая Кристина Игоревна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия

E-mail: kuig_22@mail.ru

Информационные технологии и программы, телекоммуникации как передача произвольной информации на расстоянии с помощью технических средств, изменяют современный мир и становятся основанием для приобретения человеком новых способностей, позволяющих успешно действовать с учётом этой новой среды.

Развивающиеся информационные технологии, в частности, средства мобильной связи и мобильного доступа к всевозможным сервисам Интернета, развитие облачных приложений, оказывают воздействие на способы ведения коммуникации, функционирования человеческих общностей и организации ведения бизнеса в этом по-новому структурированном пространстве. Появилась экономика нового типа: информационная (зависимость агентов экономики от способности генерировать, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на знаниях) и глобальная (организация видов экономической деятельности в глобальном масштабе с использованием разветвленной сети) (М. Кастельс) [1].

Деятельность опосредуется информационными технологиями, которые, в свою очередь, приобретают характер сетевых информационных технологий, позволяющих вести как индивидуальную, так и совместную деятельность вне пространственных и временных границ (А.Е. Войскунский, И.С. Шевченко, О.К. Тихомиров).

Социокультурные факторы информационного общества оказывают влияние на формирование специфической ориентации на предпринимательскую активность (В.Е. Ключко, Э. В. Галажинский) [2]. Предприниматель трактуется как новатор, ключевой игрок системы. Его функция - в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста (Й. Шумпетер).

С другой стороны, активно развивается такое социокультурное явление как «цифровое кочевничество» (digital nomadism) (Т. Макимото, Д. Маннерс, Дж. Мейровиц, У. Митчелл), характеризующее исключительно современное сетевое информационно-коммуникативное общество [3]. «Цифровой кочевник» представляет собой индивидуума, кто получает доход не за рабочий день в офисе, а удаленно через постоянное подключение к Сети, что позволяет ему занимаясь своей профессиональной деятельностью, путешествовать в любую точку земли в любое время.

Данные тенденции приводят не только к трансформации способов ведения и организации бизнеса, но и социально-психологических особенностей и коммуникативной компетентности субъектов предпринимательской деятельности.

Назревшая потребность обуславливает острую необходимость изучения данного вопроса. Учитывая, что исследования, посвященные феномену «цифрового кочевничества» ведутся лишь последние несколько десятилетий, данная тема недостаточно изучена. В частности, в аспектах бизнес-коммуникаций субъектов предпринимательской деятельности.

Поскольку мир становится более подвижными, увеличивается количество исследований, посвященных мобильности человека, зарубежными учеными вводятся понятия «electronoma

«digital nomads», «nomad thought», «knowmads» и др. (Mitchell, 2003; Cresswell, 2006; Makimoto & Manners, 1997; Deleuze & Guattari, 1987), изучающими характеристики образа цифрового кочевника, идентичности личности цифрового кочевника, мобильности человека. Также тематика digital nomadism косвенно затрагивается в большом количестве научных трудов, посвященных изучению информационного сетевого общества, креативного класса, «общества-сети».

Оценивая, в общем, степень научной разработанности проблематики цифрового кочевничества, следует отметить, что, исследований, направленных на изучение социально-психологических особенностей личности открытой, самоорганизующейся и саморазвивающейся, которой и является субъект предпринимательской деятельности (В.Е. Клочко), ведущий образ жизни цифрового кочевника практически не было проведено. Помимо этого, открытым остается вопрос социально-психологической готовности классических предпринимателей, осуществлять предпринимательскую деятельность в рамках образа жизни цифрового кочевника.

Таким образом, актуальность проблемы и ее недостаточная научная разработанность предопределили цель исследования.

Можно предположить, что решению обозначенной проблемы будет способствовать разработка модели социально-психологических и коммуникативных особенностей субъектов предпринимательской деятельности, ведущих образ жизни цифрового кочевника, в контексте современного сетевого информационно-коммуникативного общества как сверхсложной социокультурной саморазвивающейся системы.

Оценивая социально-психологические характеристики цифровых кочевников был проведен сравнительный анализ предпринимателей-собственников (классических), полупредпринимателей и предпринимателей, ведущих образ жизни цифрового кочевника по следующим группам, выделенных Е.Б. Филинковой [4]:

- мотивация и ценностные ориентации предпринимателя;
- оценка экономических результатов предпринимательской деятельности;
- оценка социальных результатов предпринимательской деятельности;
- оценка личного вклада в развитие дела;
- оценка самореализации в деятельности.

На данный момент ведет сбор данных исследования для составления выводов исследования.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология (под ред. В.Л. Иноземцева). - М., 1999
- 2) Митчелл Дж. У. Я++: Человек, Город, Сети. – М.: Strelka Press., 2012.
- 3) Клочко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения // Научное издание. - Томск: Томский государственный университет, 2009. - 240 с.
- 4) Филинкова Е.Б. Мотивация и представления предпринимателей о своей предпринимательской деятельности. // Социальная психология: Практика. Теория. Эксперимент. Практика / Под ред. В.В.Козлова. Ярославль, 2000.