РАЗДЕЛ VI. ПСИХОЛОГИЯ

Есаулова К.С.
Интернет-коммуникации и бизнес

doi: 10.18411/lj-31-05-2017-34

idsp: 000001:lj-31-05-2017-34

За последние тридцать лет компьютерная отрасль проникла во все сферы жизни общества. Это касается бизнеса, социальной сферы и других областей повседневной жизни человека.

Смело можно говорить, что IT теперь во всем, что нас окружает, можно выделять уже отдельные кластеры: Интернет-вещей, Bigdata и т.д. Насколько сильно изменил мир IT все сферы человеческой жизни хорошо заметно в экономике. Интернет полностью поменял представления о том, как работают законы экономики, которые успешно существовали еще в начале 21 века. Даже за последние десять-пятнадцать лет бизнес переформатировался и стал больше похож на какую-то черную коробку, которая выдает какой-либо продукт, объяснить успех такого предприятия законами экономики уже практически невозможно, успех бизнеса стал больше подвластен некой магии, которую нам только предстоит описать и понять в нашем веке.

Человек попадающий в интернет-среду меняет представления о многих социально-психологических феноменах, интернет-коммуникация приводит к определенной трансформации общения между людьми. Научные работы проводятся для выявления изменений поведения человека, его мировоззрения и представлений об окружающем мире и о себе. Достаточно сложно выводить закономерности между тем, как себя чувствует и ведет человек, с тем насколько меняется окружающая его среда.

Не только у человека, который попадает в новую для себя среду меняется мироощущение, но и бизнес начинает играть по новым правилам, которые не всегда гуманны к этому человеку: массовые увольнения, обанкротившиеся компании, устаревшие продукты и т.д.

Новые технологии, которые раньше казались чем-то далеким, теперь заставляют руководителей всех уровней хорошо разбираться в них по многим причинам, но основная, что Интернет теперь является одним из главных факторов перераспределения денежных потоков в мире и с этим очень сложно поспорить.

Каждый день во многих организациях и бизнес-сообществах ведется обсуждение на предмет взаимодействия Интернета и бизнеса, проходит много конференций, совещаний и даются много рекомендаций руководителям как, в свою очередь, им управлять в новых условиях жизни.

Изучая Интернет-коммуникации нужно отметить, что представления людей о многих вещах в Интернете и в реальном мире не всегда коррелируются. Интересно, что при наблюдении за тем, насколько представления, например, о таком социально-психологическом феномене как социальная смелость меняются, если проводить исследования при личном контакте и по средствам Интернета. Ответы людей на одни и те же вопросы различаются.

При этом, бизнес-модель любого предприятия должна быть сопоставима со всеми коммуникациями, которые ведутся руководителями и сотрудниками организации.

Результатом того, насколько хорошо выстроена модель взаимодействия с Интернет-коммуникациями является размер прибыли, которую получает бизнес.