

# Зарабатывать как Lady Gaga. Как соцсети изменили бизнес-среду

[http://liga.net/opinion/37837\\_zarabatyvat-kak-lady-gaga-kak-sotsseti-izmenili-biznes-sredu.htm](http://liga.net/opinion/37837_zarabatyvat-kak-lady-gaga-kak-sotsseti-izmenili-biznes-sredu.htm)



Ирина Тихомирова, президент МИМ-Киев  
9.04.2012 07:45

**Поколение потребителей, выросшее в соцсетях, создает спрос на Гаганомику, пишет в своей колонке президент МИМ-Киев Ирина Тихомирова**

В начале года эксперты Всемирного экономического форума (ВЭФ) презентовали исследование "Глобальные риски 2012", которое вызвало оживленную дискуссию в Давосе. Наряду с уже привычными рисками развития - финансовым кризисом, бюджетным дефицитом, растущей диспропорцией в доходах, истощением природных ресурсов, климатическими изменениями и техногенными авариями, - аналитики ВЭФ выделили группу рисков, которая получила название "Темная сторона сетевого взаимодействия".

Было отмечено, что наша повседневная жизнь становится интернет-зависимой: мы все более уязвимы перед лицом кибертерроризма, который может проявляться как форме бытового компьютерного хулиганства, так и в масштабных протестных выступлениях, в блокировании работы гособъектов и предприятий.

Два месяца, прошедшие со времени форума в Давосе, подтвердили широкие возможности сетевого взаимодействия, которое не требует значительных ресурсов, но может приводить к социально и экономически значимым последствиям ([EX.UA](#) в Украине, партия Пиратов в Германии, координация оппозиционных сил в России и др.).

*Основа финансового успеха Lady Gaga лежит в удовлетворении исконных потребностей человека в общении, дружбе, доверии и открытости*

Примерно одновременно с ВЭФ в Ноттингеме (Великобритания) состоялась международная конференция руководителей бизнес-школ. На ней тема зависимости от онлайн-систем получила неожиданное развитие. Профессор Джейми Андерсон (Jamie Anderson), которого влиятельный журнал Business Strategy Review включил в число 25 наиболее влиятельных мыслителей (thinkers) в менеджменте, предложил поговорить о феномене Lady Gaga как о совершенно новых возможностях роста и развития, реализуемых благодаря сетевому взаимодействию.

"В чем секрет феноменального коммерческого успеха певицы Lady Gaga?" - задал Андерсон вопрос более чем 150-ти руководителям бизнес-школ со всего мира. Как случилось, что певица, дебютировавшая в 2008 году, уже в 2011, по данным журнала Forbes, получила беспрецедентный доход в размере более \$100 млн. Ответ на эти вопросы следует искать в новой, инновационной модели бизнеса, предложенной Lady Gaga. Стремительный взлет ее популярности, а, соответственно, и доходов, произошел за счет активного использования технологий сетевых коммуникаций. Lady Gaga называют наиболее "скачиваемой" певицей в истории, "королевой скачиваний" и "звездой YouTube".

Lady Gaga, согласно исследованиям профессора Андерсона, отличается от других исполнителей не столько скандальным запоминающимся имиджем или музыкальной новизной произведений. Фаны Lady Gaga, как и она сама, относятся к так называемому "поколению Y (Why)", которое общается и получает знания при помощи цифровых технологий и сетевых коммуникаций. Для этого поколения стало уже привычным постоянно

находиться онлайн - "жить в сети". Именно для них Lady Gaga - открытая (практически ежедневно можно прочитать ее записи в Twitter), доступная для общения (можно стать ее другом в Facebook) личность, которая ценит дружбу "именно с тобой", жалуется на усталость "тебе", радуется или негодует "с тобой", дает немедленную оценку событиям или явлениям, которые важны для "тебя". Таким образом, основа финансового успеха Lady Gaga лежит в удовлетворении истинных потребностей человека в общении, дружбе, доверии, открытости, сотрудничестве. Секрет успеха певицы состоит в понимании психологии личности, актуализации общечеловеческих ценностей на основе новейших сетевых технологий.

## *Для определения бизнес-среды, в которой развиваются проекты наподобие Lady Gaga, предложили термин Гаганомика*

Андерсон считает, что уже в ближайшем будущем мы станем свидетелями рождения других подобных бизнес-проектов, не обязательно в шоу-бизнесе. Для определения бизнес-среды, в которой подобные проекты будут развиваться, профессор предложил свой термин Гаганомика (Gaganomics). Феномен Gaganomics базируется на комплексном и креативном использовании возможностей сетевого взаимодействия и психологии личности, применении новых коммуникационных технологий, синергии бизнеса с искусством. Что это значит для нас? В недавно опубликованном исследовании компании Research&Branding Group 41% граждан Украины являются активными пользователями интернета. Принимая во внимание возрастное распределение населения, можно утверждать, что молодое поколение украинцев становится представителями глобального поколения "Y".

Содержание доклада Джейми Андерсона было еще одним подтверждением того, что сегодня для представителей поколения "Y", которые в недалеком будущем станут слушателями бизнес-школ, необходим не только "набор знаний и навыков", но и усиление ментальных дисциплин, гуманитарной составляющей, которая влияет на сознание, ориентируясь на общечеловеческие ценности. В ином случае они могут оказаться на той "темной стороне сетевого взаимодействия", о которой предупреждают мир эксперты ВЭФа. С учетом развития коммуникационных технологий это становится реальным конкурентным вызовом, вопросом развития и существования системы образования. И хотя сегодня в Украине реальное использование сетевых технологий, в том числе и технологий удаленного доступа, в образовании можно оценить как начальное (пробное), мы должны осознать, что именно сегодня закладываются ответы на вопросы: "Какой будет завтра отечественная система образования? Где и чему завтра будут учиться представители украинского поколения "Y"?". Ведь технологии удаленного доступа в эру Гаганомики преодолевают государственные границы, уничтожают коммуникационные барьеры, формируя глобальные наднациональные сообщества.

Ирина Тихомирова, Президент МИМ-Киев