

Секция «Человек и машина в четвертой промышленной революции (Индустрия 4.0)»

СМИ в эпоху 4-ой индустриальной революции

Научный руководитель – Скуридина Светлана Анатольевна

Кочанов Дмитрий Евгеньевич

Студент (бакалавр)

Воронежский государственный технический университет, Воронеж, Россия

E-mail: dima.kochanov.00@mail.ru

Как известно, 4-ая индустриальная революция (Индустрия 4.0) - это переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы одного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть Вещей и услуг. В широком смысле, «Индустрия 4.0 характеризует текущий тренд развития автоматизации и обмена данными, который включает в себя киберфизические системы, Интернет Вещей и облачные вычисления» [1]. В связи с этим интересно рассмотреть роль СМИ в эпоху 4-ой индустриальной революции. Журналистская деятельность может способствовать активизации отдельного региона и целой страны и, в конечном итоге, стать одним из факторов их преобразования, в связи с чем существует необходимость переосмысления роли СМИ в современном мире. В Повышение эффективности роли СМИ связано с тем, что в условиях 4-ой промышленной революции каждый индивид способен быть журналистом, то есть транслировать новую информацию во все уголки земного шара. Человек эпохи 4-й промышленной революции имеет возможность самостоятельно создавать мир вокруг себя, при этом важной является проблема ответственности за свои действия и за события, ставшие причиной трансформации окружающего. Находясь на границе человека и сверхчеловека, современный индивид должен сделать выбор, прыгнуть в бездну нового, создаваемого им самим мира или остаться в старом, созданном без его участия. Перед СМИ стоит задача модификации общественного сознания в связи с потребностями общества эпохи 4-й промышленной революции, признающей, что человек обладает безграничными творческими возможностями, но стереотипные модели поведения являются сдерживающим фактором его дальнейшего развития. СМИ способны модернизировать устаревшие и создавать новые, более гибкие поведенческие модели. В результате направленного воздействия СМИ будет создан новый мир людей, являющихся не пассивными наблюдателями исторического процесса, а активных его участников - исследователей и созидателей.

Источники и литература

- 1) 1. Евстафьев Д. Четвертая промышленная революция: пропагандистский миф или «знак беды»? URL: <https://www.if24.ru/4-promyshlennaya-revolyuetsiya-mif/> (дата обращения – 25.02.2019). [Ссылка] Четвертая промышленная революция: пропагандистский миф или «знак беды»? <https://www.if24.ru/4-promyshlennaya-revolyuetsiya-mif/>