

Секция «Журналистика»

Роль новых медиа в формировании креативной экономики

Никанорова Мария Максимовна

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: mnikanorova.pr@gmail.com

Интерес к теме обусловлен активным формированием креативной экономики или «экономики знаний», в основе которой функционируют творческие индустрии, что явилось заметной тенденцией последних лет. Изученные источники ссылаются на опыт Великобритании, где попытки выделить творческие индустрии в отдельный сектор экономики были предприняты еще в конце прошлого века, и отличительными чертами которых стали «индивидуальные творческие способности, умения и талант», а также – возможность использования интеллектуальной собственности на благо общества. В соответствии с исследованиями, впервые проводившимися в Великобритании в конце 90-х, творческие индустрии составили 8% экономики страны. Эти данные позволяют говорить о колоссальной роли новых медиа, функционирующих на основе, прежде всего, цифровых технологий, в становлении как мировой «экономики знаний», так и ее зарождении в России.

Появление поисковых систем, «живых журналов» и социальных сетей произвело революцию в потреблении информации и в формах коммуникации. Изменения коммуникационных моделей в обществе обнаружены еще в прошлом веке: известный исследователь медиа М. Маклюэн ввел широко известное сегодня утверждение «The Medium is the Message» («Средство передачи сообщения само является сообщением»). Сегодня возникновение новых типов коммуникации – это преимущественно вопрос технических решений, а существующие и признанные формы новых медиа (например, блоги, социальные сети, RSS, подкасты, онлайн ТВ) обеспечивают круглосуточный и неограниченный географическими рамками свободный информационный поток.

Основными факторами, повлиявшими на процесс медиализации (интеграции новых форм медиа), стали новые технологии, увеличение потребностей общества в нематериальных/культурных ценностях (обусловлено развитием пост-индустриального общества) и возрастающая потребность в коммуникации внутри информационного общества.

Ключевыми проблемами развития медиа, как и других сегментов креативной экономики, являются: новые формы регулирования прав на интеллектуальную собственность (например, Creative Commons – лицензия на частичное использование прав), формы монетизации и государственная поддержка, новые подходы в управлении информацией, а также – адаптация журналистского образования и других институций, связанных с медиабизнесом, с целью повышения качества контента.

Медиа сегодня – базовая единица информационного общества, напрямую влияющая на общественное развитие и социокультурное многообразие. В наступившую эру технологий, новой экономики и новых общественных формаций медиа являются как важным экономическим фактором, так и нематериальным благом. Некоторые из проектов в этой области, например, Wikipedia и Google, стали не только символами креативной экономики, но и совершили культурную революцию мирового значения.

Исследуя развитие этого феномена, следует предположить, что наряду с такими областями креативной экономики, как реклама, дизайн, архитектура, кино, музыка, исполнительские искусства, медиа продолжают свое развитие: формы будут становиться все более нестандартными, содержание – индивидуализированным. Однако именно медиа, особенно с учетом тенденции к персонализации и конвергенции, будут оставаться флагманским сегментом экономики, одновременно выполняющим функцию фактически сиюминутного отражателя процессов внутри «экономики знаний» и, вместе с тем – ключевым активным участником становления нового типа культуры и экономики именно в виду своего творческого начала.

Литература

1. Creative Industries Mapping Document, Dept of Culture, Media and Sport, London, 1998
2. Джон Ньюбайджин. Введение в креативную экономику. Изд-во «Креативная экономика», 2011
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека (англ. Understanding Media: The Extensions of Man), перевод с английского В. Г. Николаева, Москва, 2003
4. Тоффлер Элвин. Третья Волна http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Toffler/_In