

Секция «Журналистика»

Информационная революция сознания: правовой аспект

Першина Елена Дмитриевна

Студент

МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: firstlenna.pershina@yandex.ru

В нашей предыдущей работе «Особенности развития права в информационном обществе» мы отметили очень любопытный факт – информационное общество не готово быть информационным.

Само по себе это высказывание, хотя и очень громкое, в целом, оправдано. Однако следует ли из того, что информационное общество не готово таковым быть, то, что оно таковым в ближайшее время не станет? Многие страны были не готовы к эволюционным изменениям, так как элиты не хотели ничего менять или экономические стандарты были слишком устоявшимися, буквально вросшими в промышленность, прижавшими ее к земле. Безусловно, все это мешало эволюционному развитию, более того, делало его практически невозможным. Однако останавливало ли такое положение дел дальнейшее развитие?

Эволюция просто заменялась революцией, когда никого уже не интересовали ни экономические аспекты правильного развития, ни устоявшиеся нормы поведения. В связи с этим возникает вопрос: не ждет ли нас в скором будущем новая волна революции – революция как в нас самих, так и во внешнем мире, которая должна привести к тому, что наше сознание станет информационным. Или, возможно, эта революция уже идет?

Целью нашей новой работы будет попытка отследить те элементы информационного развития, которые можно считать свидетельствами «за» и «против» этой теории. Разумеется, что вместе с этими проявлениями нового информационного сознания мы собираемся отслеживать и изменения в правовом поле, которые они вызвали. Уж больно велика вероятность того, что именно от гибкости мировых правовых институтов и зависит, как именно наше сознание будет переходить к сознанию индивидуации, свойственному гражданам устоявшегося информационного общества.

Как и любая революция, революция информационного сознания основана на мифах. Эти мифы, на наш взгляд, лучше всего перечислил на своем сайте Леонид Каганов, современный писатель-фантаст, сценарист и юморист. Так, 10 февраля 2013 года он опубликовал заметку «Мифы информационных эпох», где указывает, что, на его взгляд, особенно заметны были следующие:

- 1) Любая информация должна быть свободной;
- 2) Информация ничего не стоит;
- 3) Сам контент и ссылка на контент — принципиально разные вещи.

Мы склонны согласиться с такими выводами, именно на них мы и будем опираться, анализируя в нашей работе изменение законодательства в области интеллектуального права. Однако стоит помнить, что и само законодательство, часто из-за нечетких формулировок, породило свои дополнительные мифы, которые влились в мифотворческий процесс информационной революции сознания.

В результате нашей работы мы постараемся показать, что далеко не всякая информация должна быть свободной – и это уже описано в законодательстве, например, в законе «О коммерческой тайне» или в законе «О государственной тайне». Производство и передача информации – это трудоемкий и затратный процесс, который уже контролируется, например, частью 4 Гражданского кодекса РФ и, конечно же, трудовым законодательством. Для последнего мифа, как отмечает и Леонид Каганов, еще не разработано правовой методики опровержения. Однако уже есть интересные прецеденты, которые мы рассмотрим наряду с иллюстрациями к другим основополагающим мифам информационной эпохи.

Литература

1. Айрис А., Бюген, Ж; Управление медиа-компанией: реализация творческого потенциала / Аннет Айрис, Жак Бюген; (пер. с англ. Ю.А. Константинова, Д.И. Эркенова.) – М.: Издательский дом «Университетская книга»: АНО «ШКИМБ», 2010. – 560 с.: ил, табл. – Доп.тит. л. Англ. – (Медиа-профи)
2. Балугев Д.; Секреты приложений Google / Денис Балугев. – М.: Альпина публшерз, 2010. – 287 с.
3. Варганова Е.Л.; Основы медиабизнеса. – М, 2009. – 360 с.
4. Вырковский А.В.; Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк, В. Вайсберг, А. Вырковский, П. Силуянов, М. Ховратович, А. Ходоровский/ Отв. ред. А.В. Вырковский. – М.: Медиамир, 2012. – 728
5. Гущина Н.М.; Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям подготовило Отраслевой доклад Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2012 Источник: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2012/item>
6. Давыдов С.; Исследование «Экономика Рунета 2011–2012»; Руководитель Давыдов С.; Источник: http://rocid.ru/files/i-research/report/2012/Runet_Economy_20112012.pdf
7. Засурский Я.Н.; К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2009.
8. Зинин Е.Ю.; Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи; Российский журнал менеджмента, Том 6, № 3, 2008. С. 129–144.
9. Иваницкий В.Л.; Основы бизнес-моделирования СМИ. В.Л. Иваницкий. – М.: Аспект Пресс, 2010.
10. Каганов Леонид; Мифы информационных эпох; Источник: официальный сайт Леонида Каганова: <http://leo.me/dnevnik/2013/02/10.html> (12.02.13)
11. Кастельс М.; Информационная эпоха: Экономика, общество, культура. М., 2000.
12. Котлер, Филип.; Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008.

13. Лау Джанет; Google. Прошлое. Настоящее. Будущее. Источник: <http://lib.rus.ec/b/174655/>
14. Панкеев И.А. Авторское право для журналистов: учебное пособие / И.А. Панкеев. – М.: ВК, 2012. – 304 с.
15. Першина Е.Д.; Особенности современного медийного права на примере поисковых машин и порталов; из сборника Правовые аспекты деятельности СМИ. Выпуск 1. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2012. – 107 с.; Составители Панкеев И.А., Швердяев С..
16. Першина Е.Д.; Подача информации поисковиками в России: борьба за пользователя; из сборника Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2011» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова.
17. Пронина Е.Е.; Психология журналистского творчества. – 2-е издание. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 320 с.
18. Соломник А.Б.; Язык как знаковая система. Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.
19. Тангейн М.; Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. – М., 2006, 257 с.
20. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. М., 2008.
21. Успенский И.В.; Интернет-маркетинг. СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003.