Анастасия Николаевна Гришанина

Санкт-Петербургский государственный университет

a.grishanina@spbu.ru

**Творческие ресурсы в медиа: позитивный выбор**

Креативные технологии рассматриваются как способ реализации творческих способностей и социально-культурные практики. Продуцирование в медиа принципов творчества, самостоятельности мышления, соотнесения своей жизни со стандартами этики является психологическим противодействием нарушению границы приватности, навязыванию негативных сценариев.

Ключевые слова: креатив, психология восприятия, личность, медиа.

Креативные индустрии как развивающаяся система медиа и одновременно как способ реализации творческих способностей стали частью социально-культурных практик.

Мало кто сегодня может прожить в профессии без подписок на каналы социальных сетей и мессенджеров. Такие подписки для творческой медийной личности – часть ежедневной работы, повод для осмысления, варианты наблюдения, осмысление тенденций развития себя. Традиционные и всем известные СМИ имеют страницы и каналы, многие из них по-прежнему являются самыми востребованными, самыми читаемыми, судя по рейтингам и просмотрам. Телеграм-канал газеты «Вечерний Санкт-Петербург», например, отличается актуальностью городской тематики и творческим подходом к изображению ежедневного городского пространства (желают своим читателям доброго утра, спокойной ночи и т.п.). Визуальное сопровождение новостных текстов – яркий пример того, что новое – это иногда хорошо забытое старое, то есть сохранение традиций в профессии.

Одной из ключевых характеристик цифрового мира является парадигма свободы. Креативные технологии, направленные на позитивное отображение мира (принцип «о плохом и хорошем – хорошо») становятся помощниками свободного развития личности, в том числе и в информационном пространстве. Речь идет о свободе самовыражения, о свободе осмысления контента. Целостность картины мира, а не отдельные выхваченные из действительности сенсационные потоки, способствует социальному созидательному взаимодействию (комментарии, благодарность, желание поделиться своим знанием либо наблюдением). Свобода – это состояние субъекта, при котором он является определяющей причиной своих действий и выбора [2: 140].

В креативных структурах, которые становятся с каждым годом все разнообразнее, «Я-концепция» может проявляться на уровне ценностных категорий в форме слова, невербального намека, фотографии настроения, впечатления от увиденного, и возможностей у человека гораздо больше, чем несколько лет назад. Последние годы показали, что продуцирование в медиа принципов творчества, самостоятельности мышления, соотнесения своей жизни со стандартами этики, уважение авторства является своего рода противодействием нарушению границы приватности, навязыванию негативных сценариев новостей, многочисленным фейковым сообщениям, сенсационности заголовков лишь для привлечения внимания. Как говорят нейропсихологи, мозг не хранит все подряд, он фильтрует важное. Управляя этим процессом, можно запоминать лучшее. Сила эффекта последействия позитивного выбора намного больше, чем сила эффекта последействия негативного выбора [3: 677].

В свою очередь, на виды выбора в медиа влияют границы саморазвития личности, к которым можно отнести диахромность (здесь – как отсутствие понимания собственных пределов потребления информации), «стремительная скорость обновления информации, состояние включенного бездействия, понижение статуса “я-реального”» [1: 17–18].

Литература

1. Андреева Ю. В. Тысячелетний лик сторителлинга // Трансмедиа сторителлинг – мастерская историй. Казань, 2021.

2. Беляев И. А., Максимов А. М. Свобода целостного человеческого существа в социально-личностном измерении // Вестник Оренбургского гос. ун-та. 2011. № 11 (130). С. 139–145.

3. Черниговская Т. В., Аллахвердов В. М., Коротков А. Д., Гершкович В. А., Киреев М. В., Прокопеня В. К. Мозг человека и многозначность когнитивной информации: конвергентный подход // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Философия и конфликтология. 2020. Т. 36. Вып. 4. С. 675–686. <https://doi.org/10.21638/spbu17.2020.406>.