

На правах рукописи



Федотова Наталья Александровна

**РЕКРЕАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ СМИ:
СОДЕРЖАНИЕ И СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук**

Москва – 2010

Диссертация выполнена на кафедре социологии журналистики факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова.

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Прохоров Евгений Павлович

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Распопова Светлана Сергеевна

кандидат филологических наук, доцент
Никитин Михаил Иванович


Ведущая организация: Российский университет дружбы народов

Защита диссертации состоится 17 сентября 2010 г. в 16³⁰ часов на заседании диссертационного совета Д 501.001.07 по журналистике в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: Москва, 125009, ул. Моховая, 9, ауд. 103.

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке МГУ по адресу: Москва, 119192, Ломоносовский проспект, 27.

Автореферат разослан 29 июня 2010 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент



Славкин В.В.

2010А
17817

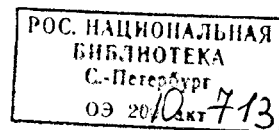
Введение

I. Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Необходимым условием нормальной жизнедеятельности, средством компенсации напряжения, восстановления сил и всестороннего развития личности является рекреация. Сегодня она играет еще более значимую роль, поскольку в усложняющихся, стрессовых обстоятельствах жизни потребность в рекреации возрастает. Существует ряд причин, в силу которых современные средства массовой информации являются одним из популярных и востребованных способов рекреации.

Во-первых, высокие технологии позволили сделать духовное производство массовым, способным удовлетворить разнообразные потребности, в том числе и рекреационные. СМИ, фактически являясь продуктом и средством трансляции массовой культуры, заинтересованы в производстве контента, удовлетворяющего рекреационные потребности массовой аудитории. Во-вторых, по мнению специалистов, реализация рекреативных функций является движущей силой рекламного рынка, что обосновывает их коммерческую целесообразность в нынешних экономических условиях. В-третьих, тяготение к рекреации посредством СМИ можно рассматривать как следствие их доступности, вездесущности и довольно высокой стоимости других реальных способов рекреации (посещения культурных мероприятий, занятий спортом, путешествий и т.п.). Это объясняет то, что современные СМИ определяют формы и содержание рекреации для миллионов людей.

Проблема состоит в том, что реализация рекреативных функций зачастую происходит в ущерб другим функциональным обязанностям СМИ, а манипулятивные стратегии их осуществления способны иметь разрушительные и необратимые последствия для развития человеческой личности и общества. Исключительная важность для психоземotionalного баланса и духовного здоровья, для безопасности общественного развития обуславливает необходимость научного анализа рекреативных функций СМИ, выявление условий и факторов, определяющих их содержание, формы и стратегии реализации. Изучение сущности этих функций, характера взаимодействия с другими функциями СМИ, анализ их форм позволит выявить стратегии реализации и наметить оптимальные способы рекреативной деятельности средств массовой информации в интересах личности и общества.



Теоретико-методологическую базу исследования составляют работы зарубежных, советских и российских ученых. Рекреация, являясь сложным социальным явлением, которое реализуется в разных пространствах, в том числе и досуговом, и обладает множеством форм – развлечение, игра, отдых и др., занимает умы философов, культурологов, обществоведов от Аристотеля до наших дней. Философскую и психологическую суть игры, развлечения, отдыха анализировали М.М. Бахтин, Т. Веблен, Ж. Дюмазедье, К. Жигульский, В.И. Ильин, М. Монтень, Б. Паскаль, П.А. Сорокин, Й. Хейзинга¹.

Игровые и развлекательные культурные формы как рекреативная компонента СМИ и способ заполнения свободного времени интересовали Ю.Г. Волкова, Е.И. Дукова, Г.Е. Зборовского, Ю.А. Леваду, Б.Д. Парыгина, Э.В. Соколова, А.Я. Флиера, Н.А. Хренова и других². Рекреационным процессам и явлениям посвящены работы Г.А. Аванесовой, Л.А. Акимовой, В.С. Моисеевой, А.С. Орлова, Ю.А. Стрельцова и других³.

О специфике функционирования масс-медиа в этой сфере, характере воздействия рекреативных свойств масс-медиа размышляли Т. Адорно, Ж. Бодрийар, П. Бурдье, П. Лазарфельд, Г. Лассуэлл, Н. Луман, Г.-

¹ Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М., 1990; Веблен, Т. Теория праздного класса. – М., 1984; Dumazedier J. *Ver une civilization du loisir?* – Р., 1962; Жигульский, К. Праздник и культура. – М., 1985; Ильин, В.И. Игра как социальное явление. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/book/game.html>; Монтень, М. Опыты. – М., 2006; Паскаль, Б. Мысли. – М., 1994; Сорокин, П.А. Социальная и культурная динамика. – М., 2006; Хейзинга, Й. *Homo ludens. В тени завтрашнего дня.* – М., 2004.

² Волков, Ю.Г. Личность и гуманизм. – Челябинск, 1995; Бремя развлечений: Опиум в Европе XVIII-XX вв. - СПб., 2006; Массовая культура на рубеже веков. – М., СПб., 2005; Зборовский, Г.Е. Досуг: действительность и иллюзии. – Свердловск, 1970; Левада, Ю.А. В мире аудиовизуальной коммуникации нужен новый тип газеты // Сборник: Пресса в обществе (1959–2000). – М., 2000; Парыгин, Б.Д. Научно-техническая революция и личность. – М., 1978; Соколов, Э.В. Духовное становление человека. – Л., 1972; Соколов, Э.В. О культурной ценности досуга. – Л., 1968; Флиер, А.Я. Культурология для культурологов. – М., 2000; Хренов, Н.А. «Человек играющий» в русской культуре. – СПб., 2005.

³ Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность. – М., 2006; Акимова, Л.А. Социология досуга. – М., 2003; Моисеева, В.С. Рекреационные технологии. – СПб., 2007; Орлов, А.С. Социология рекреации. – М., 1995; Стрельцов, Ю.А. Культурология досуга. – М., 2002.

М. Маклюэн, А. Менегетти, Р. Мертон, К. Теплиц, Э. Тоффлер, Ф. Уэбстер, М. Хоркхаймер, П. Шампань и другие⁴.

Рекреативные функции (используя разные термины для названия) в числе прочих указывали такие советские и российские исследователи журналистики, как Е.В. Ахмадулин, Н.Н. Богомолова, Б.А. Грушин, С.Г. Корконосенко, Г.В. Кузнецов, Г.С. Мельник, М.М. Назаров, Г. Пёршке, Е.П. Прохоров, А.Н. Тепляшина, В.Т. Третьяков, Л.Н. Федотова, И.Д. Фомичева, Г.И. Хмара, В.Л. Цвик, А.А. Шерель, Ю.А. Шерковин⁵. Содержательные, жанровые, морально-этические аспекты рекреативных возможностей масс-медиа анализируют теоретики и практики СМИ – С.Н. Акинфиев, М.Е. Аникина, А.С. Вартанов, Е.Л. Вартанова, Д.Б. Дондурей, С.С. Ильченко, А.В. Колесниченко, Б.Н. Лозовский, В.К. Мамонтов, С.А. Муратов, И.А. Новикова, К.Э. Разлогов, А.Е. Роднянский, С.С. Смирнов⁶.

⁴ Бодрийяр, Ж. Общество потребления. – М., 2006; Бурдьё, П. О телевидении и журналистике. – М., 2002; Маклюэн, Г.М. Понимание медиа. – М., 2003; Луман, Н. Реальность массмедиа. – М., 2005; Менегетти, А. Система и личность. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.koob.ru/meneghetti/system_and_personality; Мертон, Р.К. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль. – М., 1994; Теплиц, К.Т. Все для всех. – М., 1996; Тоффлер, Э. Шок будущего. – М., 2002; Уэбстер, Ф. Теории информационного общества. – М., 2004; Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика просвещения. – М., СПб., 1997; Шампань, П. Двойная зависимость // *Socio-Logos* '96. – М., 1996.

⁵ Ахмадулин, Е.В. Краткий курс теории журналистики. – М., Ростов н/Д, 2006; Богомолова, Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации. – М., 2008; Корконосенко, С.Г. Основы журналистики. – М., 2001; Массовая информация в советском промышленном городе. – М., 1980; Мельник, Г.С., Тепляшина, А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2004; Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. – М., 2003; Основные понятия теории журналистики. – М., 1993; Прохоров, Е.П. Введение в журналистику. – М., 1979; Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2002; Радиожурналистика / Под ред. А.А. Шереля. – М., 2002; Телевизионная журналистика. – М., 2002; Третьяков, В.Т. Как стать знаменитым журналистом. – М., 2004; Федотова, Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб., 2004; Фомичева, И.Д. Социология СМИ. – М., 2007; Хмара, Г.И. Печать в системе массовых коммуникаций // Проблемы социологии печати. Вып. 1. – Новосибирск, 1969; Шерковин, Ю.А. К вопросу о природе и функциях массовой коммуникации в современных условиях. – Тарту, 1967.

⁶ Акинфиев, С.Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения // Автореф. дисс. канд. филол. н. – М., 2008; СМИ в меняющейся России. – М., 2010; Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества. – М., 2003; Ильченко, С.С. Артефакты «массовой культуры» как базисная единица современного

Степень научной разработанности проблемы. Существует значительное количество научных работ, посвященных формам и проблемам рекреации. Несмотря на сложившийся теоретический и практический интерес к этому феномену, до настоящего времени не предпринималось попыток выяснить, как соотносятся деятельность СМИ и рекреация в ее системных характеристиках, хотя средства массовой информации в значительной степени участвуют в рекреационных процессах. Как правило, рекреативные функции рассматривались в качестве побочного и потому второстепенного компонента системы функций СМИ, поэтому в глубоком и всестороннем анализе нуждаются содержание и состав рекреативных функций, а также типичные стратегии по их реализации в современных социально-экономических и культурных условиях. Это определило постановку целей и задач, объекта, предмета исследования.

Объект исследования – деятельность средств массовой информации, направленная на реализацию рекреативных функций.

Предмет исследования – сущностные особенности рекреативных функций СМИ, их содержание, специфика реализации, а также стратегии использования рекреативных возможностей средств массовой информации в интересах личности и общества.

Цель и задачи исследования. Цель диссертации – определить содержание и стратегии реализации рекреативных функций, а также наметить оптимальные формы рекреативной деятельности средств массовой информации.

Для достижения поставленной цели нужно решить следующие задачи:

– сформулировать определение термина «рекреация», обозначить его сущностные характеристики, проанализировать становление и развитие форм и механизмов рекреации в жизни общества;

телевещания // Вестник СПбГУ. Серия 9. 2009. Вып.2. Ч.1; Колесниченко, А.В. Зарубежные исследования аудитории прессы. – М., 2009; Лозовский, Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. – Екатеринбург, 2008; Муратов, С.А. ТВ - эволюция нетерпимости. - М., 2000; Новикова, А.А. Идеология как развлечение: телевизионный этап проекта «Имя России» // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2009; Разлогов, К.Э. Коммерция и творчество: враги или союзники? – М., 1992; Телсвидение: режиссура реальности. - М., 2007.

- выявить и систематизировать представления о содержании и составе рекреативных функций средств массовой информации, установить характер их взаимодействия и взаимовлияния с другими компонентами системы функций СМИ;

- установить мотивы и цели реализации журналистами рекреативных функций;

- проанализировать факторы, обуславливающие выбор стратегии реализации рекреативных функций, на основании этого выделить типы стратегий, осуществляемых СМИ;

- обозначить жанрово-тематические средства реализации изучаемых функций и рекреативные элементы, используемые в журналистских текстах.

Методология и методы исследования. Основу методологии теоретической части диссертационного исследования составляют сравнительно-исторический и аналитический методы, использование принципов системности, структурно-функционального анализа и методов теоретического и эмпирического обобщения. В практической части применяются методы опроса экспертов и свободного интервью.

Эмпирическую базу исследования составили материалы общественно-политических изданий, распространяющихся на территории Республики Беларусь: «Рэспубліка» (газета выходит на белорусском и русском языках), «Звезда» (газета выходит на белорусском языке), «СБ. Беларусь сегодня», «Знамя юности», «Комсомольская правда» в Белоруссии», «Аргументы и факты» в Белоруссии», «Обозреватель», «БелГазета» (газеты выходят на русском языке). Выбор изданий сделан с учетом форм собственности (государственные – негосударственные СМИ) и регулярности выхода (ежедневные, еженедельные). Эмпирическая часть диссертации содержит результаты опроса редакторов крупнейших общественно-политических изданий Республики Беларусь, проведенного автором в апреле 2010 года. В работе использованы данные общереспубликанского репрезентативного опроса и документы исследований аудитории средств массовой информации, проведенного лабораторией аксиометрических исследований «Новак».

Гипотезы, которые автор проверяет в ходе исследования:

1. В нынешних социально-экономических условиях рекреативным функциям СМИ журналисты отводят важную социальную роль и потому заинтересованы в их эффективной реализации.

2. Одним из факторов, обуславливающих выбор стратегии реализации рекреативных функций, является форма собственности СМИ. Издания, ориентированные на законы рынка, используют апробированные «желтой» прессой тематики и рекреативные элементы, которые обеспечивают высокий рейтинг и доход.

3. Доминирующими мотивами обращения журналистов к рекреативным возможностям средств массовой информации являются стремление к популярности и коммерческому успеху и предоставление читателю эмоциональной разрядки безотносительно к содержанию.

Научная достоверность исследования обеспечивается системным анализом рекреационных концепций, что позволяет выделить существенные характеристики феномена рекреации, необходимые для использования в целях, поставленных данным исследованием. Проведена систематизация общенаучных представлений и теоретических подходов к пониманию рекреативных функций СМИ, что выявило их содержательные характеристики, многосоставность и характер взаимодействия с другими компонентами системы функций СМИ.

Научная новизна работы. В процессе исследования дано определение термина «рекреация», обозначены его существенные характеристики как социального явления, проанализировано становление и развитие форм и механизмов рекреации в жизни общества. Проведено системное исследование рекреативных функций СМИ, установлен особый характер изучаемых функций, а также степень их взаимодействия с другими компонентами системы функций СМИ. Установлены мотивы и цели обращения журналистов к рекреативным возможностям СМИ. На основании анализа факторов, определяющих те или иные формы осуществления рекреативных функций, выделены манипулятивная, гуманистическая и прагматическая стратегии. Определены жанрово-тематические средства реализации рекреативных функций и рекреативные элементы, используемые в журналистских текстах.

Филологический характер диссертации выражен в анализе содержания журналистских текстов и выявлении в них рекреативных элементов, изучении представлений журналистов о мотивах и целях осуществления рекреативных функций. В работе рассматриваются жанрово-тематические средства и формы реализации изучаемых функций в общественно-политической прессе Беларуси.

Положения, выносимые на защиту:

1. Для функций, выявленных в различных исследовательских концепциях и имеющих ряд наименований (гедонистическая, развлекательная, релаксационная, создания определенного эмоционально-психологического тонуса, снятия напряжения, психического регулирования, психологической разрядки) можно и нужно применить обобщающее универсальное название – рекреативные функции средств массовой информации.

2. Рекреативными следует называть функции, которые регулируют интеллектуальную, эмоциональную, физическую жизнь человека, способствуют эмоциональной разрядке, поддерживают душевное равновесие, позитивный настрой и нормальный психический тонус, формируют оптимальное для активной жизни эмоционально-психическое состояние, развивают вкус, воображение и творческие способности человека. Они являются органической и весьма важной частью системы функций СМИ.

3. В силу особого характера изучаемых функций, связанного с воздействием на психоэмоциональную сферу, они могут не только содействовать активной и успешной реализации других функций СМИ (идеологической, культууроформирующей и др.), но также редуцировать их осуществление, что, в свою очередь, способно вызвать серьезные дисфункции в жизни общества. В этой связи стратегии реализации рекреативных функций отдельными СМИ следует рассматривать критически.

4. Мотивы и цели использования журналистами рекреативных возможностей, а также ряд факторов – тематический, стилевой, экономический и др. – позволяют выделить манипулятивную, гуманистическую и прагматическую стратегии реализации рекреативных функций СМИ.

Теоретическая и практическая значимость результатов.

Теоретическая ценность работы заключается в определении содержания и элементов рекреативных функций, выявлении характера их взаимодействия с другими компонентами системы функций СМИ. Развитие теории рекреативной деятельности и ее места в системе функций СМИ может способствовать развитию общей теории журналистики.

Проведенное исследование рекреативных функций, анализ типичных форм и стратегий их реализации могут оказаться полезными как в

процессе профессиональной подготовки журналистов, так и для практической журналистской деятельности. Материалы и выводы диссертации могут использоваться в учебном процессе при чтении спецкурсов, проведении семинаров, практических занятий, тематических дискуссий в вузах, занимающихся подготовкой и переподготовкой журналистов. Рассмотренные стратегии реализации рекреативных функций позволят журналистам-практикам осознать созидательный потенциал рекреативных возможностей журналистики, понять и оценить роль журналистского участия в формировании конструктивных подходов к рекреационной деятельности, а также корректировать информационную политику средств массовой информации.

Апробация работы. Основные положения диссертации докладывались на Всероссийских научно-практических конференциях «Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды» (Москва, МГУ, 2008), «Журналистика в 2008 году: Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ» (Москва, МГУ, 2009), «Журналистика в 2009 году: Трансформация СМИ в современном мире» (Москва, МГУ, 2010), на конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых Московского государственного университета «Ломоносов-2008» (Москва, МГУ, 2008), «Ломоносов-2009» (Москва, МГУ, 2009), на конференции «Медиаконтент: взгляд молодого исследователя» (Москва, РГГУ, 2009). Результаты изучения содержания и способов реализации рекреативных функций СМИ отражены в статье «Рекреативные функции СМИ: содержание, структура и гуманистический потенциал» в «Вестнике МГУ» (Серия 10: Журналистика. 2010. №2). Автором предпринят ряд публикаций в специальных изданиях.

II. Содержание работы

Содержание работы, ее структура обусловлены целью и задачами исследования, логикой изложения материала. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложений.

Во Введении обосновывается актуальность выбранной темы, ставится научная проблема, характеризуется научная новизна диссертации, ее объект и предмет, определяются цели и задачи работы, указываются методологические принципы и методы исследования, его теоретическая и практическая ценность, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Рекреация как социальное явление» посвящена рассмотрению рекреации как социокультурного феномена и составляющей части жизни человека. Проанализированы существующие определения термина «рекреация», которые сложились в различных научных дисциплинах. Выделены сущностные характеристики и формы рекреации как социального явления, рассмотрены становление и развитие форм и механизмов рекреации в жизни общества. Первая глава состоит из двух параграфов.

В параграфе 1.1. «Формирование феномена рекреации и пути его теоретического осмысления» представлены различные определения термина «рекреация», существующие рекреационные концепции условно разделены на пять групп⁷. Рассмотрены такие формы рекреационной деятельности как «отдых», «развлечение», «игра», уточнены область их применения и смысловые границы.

Содержание понятия «рекреация», исследовательские концепции, толкующие его терминологическое значение, определенно указывают на то, что, когда речь идет о рекреации, под этим понимается сложное социокультурное явление, характерное для жизни предшествующих обществ и для жизни общества современного. Это позволяет понимать рекреацию как более широкую, чем это обычно представляется, сферу деятельности, под которой подразумевается феномен, имеющий разные формы – игру, отдых, развлечение и пр., и реализующийся в различных пространствах, в том числе и досуговом, но, в сущности, составляющий цельную рекреологическую систему. Эта система обладает общими аксиологическими качествами, приводящими (или не приводящими) к удовлетворению рекреационных потребностей человека. В этом параграфе также выделены сущностные характеристики рекреации.

Современное общество активно управляет рекреационными процессами посредством системы социальных институтов, в частности СМИ, используя рекреативную компоненту в качестве эффективного инструмента воздействия на эмоции, умонастроения и формирование установок личности, предопределяя выбор тех или иных форм рекреации. Проблема рекреации в СМИ приобретает глобальный характер, поскольку

⁷ См.: Орлов, А.С. Социология рекреации. – М., 1995; Георгинский, Е.В. Концептуальные определения рекреации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://oldwww.history.kemsu.ru/PUBLIC/read/s2/geo.htm>; Акимова, Л.А. Социология досуга. – М., 2003; Моисеева, В.С. Рекреационные технологии. – СПб., 2007.

касается образа жизни, затрагивает интересы и потребности миллионов людей.

В параграфе 1.2. «Становление и развитие форм и механизмов рекреации в жизни общества» на отдельных примерах рассмотрено, какие формы рекреации были популярны на разных этапах развития общества, и какие изменения претерпевало осмысление их сути и назначения в различные исторические эпохи, при господстве тех или иных морально-ценностных установок.

Здесь также показано, что разные рекреативные формы (конструктивные и деструктивные) успешно использовали задолго до возникновения печати и средств массовой информации. Обнаружено, что вследствие различных факторов выполнение рекреативных функций - естественное свойство журналистики, на каком бы этапе развития она ни находилась. История журналистики показывает, что рекреативная деятельность прессы изначально носила амбивалентный характер. С одной стороны, рекреативная компонента содержалась в текстах, которые учили житейской мудрости, рассказывали библейские, нравоучительные, приключенческие истории, передавали народные песни и пословицы, забавляли и развлекали анекдотами, обращаясь к комическим сторонам повседневной жизни. С другой стороны, наблюдался стабильный интерес к скандальной и сенсационной тематике, рассказам о переселении душ, кошунстве, бесчестии, преступлениям, проблемам сексуальных отношений и т.п.

Массовое производство – массовое потребление – средства массовой информации – массовая культура: в конце XIX – начале XX веков так выглядит связь экономической и социально-культурной сфер общественной жизни того периода. СМИ, являясь одновременно и продуктом, и средством трансляции массовой культуры, берут на себя роль поставщика «духовной пищи». При этом они в большинстве случаев ориентированы на производство контента, удовлетворяющего рекреационные запросы аудитории.

Во второй главе «Место и роль рекреативных функций в системе функций СМИ» проанализированы теоретические подходы и концепции системы функций СМИ, где в числе прочих указаны рекреативные функции, выяснено, какое место рекреативным возможностям СМИ отводят исследователи журналистики. На этой базе и эмпирическом материале определены сущностные особенности и состав рекреативных

функций, уяснен характер взаимодействия и взаимовлияния рекреативных функций и других компонентов системы функций СМИ. Поскольку рекреативные возможности СМИ в значительной степени используются для осуществления самых разных вполне прагматических задач (начиная от повышения читательского интереса и управления умонастроениями массовой аудитории до приобретения коммерческого успеха и популярности едва ли не любыми средствами), определены типы стратегий реализации рекреативных функций, адекватные современным экономическим и социокультурным реалиям. Вторая глава состоит из трех параграфов.

В параграфе 2.1. «Теоретические основы изучения рекреативных функций СМИ», опираясь на категории и принципы системно-функционального анализа, рассмотрена характеристика понятия «функция». Установлено, что в теории журналистики и массовой коммуникации функцию, реализация которой направлена на рекреацию, отдых, развлечение, восстановление психофизического баланса, в своих концепциях выделяют и зарубежные, и российские ученые, однако обозначают ее по-разному. При анализе подходов к рекреативным функциям предложено существенной характеристикой считать различие представлений о целях и эффектах рекреативной деятельности СМИ.

Для функций, выявленных в различных исследовательских концепциях и имеющих ряд наименований (гедонистическая, развлекательная, релаксационная, создания определенного эмоционально-психологического тонуса, снятия напряжения, психического регулирования, психологической разрядки) можно и нужно применить обобщающее универсальное название – рекреативные функции СМИ. Рекреативными предложено называть функции, которые регулируют интеллектуальную, эмоциональную, физическую жизнь человека, способствуют эмоциональной разрядке, поддерживают душевное равновесие, позитивный настрой и нормальный психический тонус, формируют оптимальное для активной жизни эмоционально-психическое состояние.

Реализация рекреативных функций СМИ зависит от решения определенных стратегических задач и способна вызывать как конструктивные, так и деструктивные социально-психологические эффекты и социальные последствия (эффект восстановительно-развивающий, эстетического наслаждения, катарсиса, отвлечения,

рассеяния или переключения внимания, а также эффекты гедонизма, наркотизации, эскапизма, состояние страха, стремление к изоляции, чувство безнадежности, апатию и т.п.). Например, драматизация событий, использование скандальной информации в СМИ могут привести к дисфункциональным последствиям, вызвав у читателей эффект эскапизма, наркотизации и т.п. По мнению аналитиков и исследователей, современные тенденции использования рекреативных возможностей СМИ зачастую приводят к снижению гражданской активности, попытке скрыться в замкнутом пространстве инфотейнмента.

Параграф 2.2. «Взаимодействие рекреативных функций и других компонентов системы функций СМИ» посвящен анализу рекреативных обязанностей как необходимого условия успешного выполнения остальных функций средств массовой информации. В этой части работы на основании представлений экспертов и исследователей журналистики установлено влияние рекреативных функций на успешность реализации идеологических, непосредственно-организаторских, культуроформирующих, коммуникативных и рекламно-справочных функций. При этом мы исходим из тезиса, что средства массовой информации, реализуя весь комплекс функциональных обязанностей, выполняют свои задачи в полной мере в том случае, когда опубликованные в них тексты интересны, влияют на чувства и эмоции, способны привлекать и удерживать внимание читателей, а также содействовать развитию читательской аудитории.

Существует традиция, утверждающая в той или иной форме, что журналистика служит управлению массами, а ее идеологическая роль рассматривается в качестве первостепенной. В условиях белорусских реалий редакторы государственной прессы признают, что риторика и сам способ подачи информации носят идеологический характер. Согласно их представлениям, средства массовой информации, формируя общественное мнение и позитивный посыл о процессах, которые происходят в стране, консолидируют общество. Для журналистов негосударственных изданий идеологические функции СМИ также приобретают значимость только в плане консолидации общества. При этом они отмечают, что белорусское медиaprостранство сегодня очень открыто для российских масс-медиа, а потому объединить общество усилиями белорусских СМИ довольно сложно.

Сколько бы ни говорили о сомнительности знакомства с культурными ценностями посредством СМИ, следует признать, что многие люди используют рекреативные тексты, чтобы узнать об актуальных тенденциях и событиях из мира культуры и искусства. Кроме того, к культуре приобщает любой журналистский текст. Значит, выбор аспекта рекреативной тематики, внимание к конкретной личности или событию, предпочтение определенного способа подачи материала и усиления его выразительности, авторский стиль письма, степень его грамотности – все это оказывает влияние на формирование читательских установок и ценностных ориентаций. Забота журналистов о развитии личности способна противостоять негативному воздействию худших образцов массовой культуры, суррогатов искусства, рассчитанных на неразвитый вкус.

Связь рекреативных и рекламно-справочных функций прослеживается в том, что, предлагая информацию о ценах и услугах, реклама помогает не только сделать выбор, но также формирует культуру потребления, влияет на популярность тех или иных форм рекреации, а следовательно, управляет предпочтениями массовой аудитории. Сегодня средства массовой информации часто используют в качестве инструмента для эффективного продвижения товара или услуги за деньги заинтересованного лица. В результате они могут причинить вред, навязывая товары и услуги, не соответствующие действительным нуждам человека, формируя чрезмерные и ложные потребности, популяризируя деструктивные рекреационные формы. Соотнесение стандартов потребления с образом жизни демонстрирует степень взаимодействия рекламы и культурно-идеологического контекста реализации рекреативных функций СМИ.

Учитывая представления экспертов и исследователей, есть основания отнести рекреативные функции к числу таких обязанностей средств массовой информации, конструктивное выполнение которых способствует активной реализации остальных функций, и наоборот. Во-первых, если человек обессилен и изможден, то, пока он не восстановит свои силы, он вряд ли будет способен усвоить даже самую актуальную, с блеском поданную информацию. Во-вторых, если сообщение касается интересной и важной темы, но оформлено или подано скучно, без интеллектуального и эмоционального заряда, его либо воспримут неполно, либо не воспримут вовсе. То есть, игнорируя рекреативную компоненту,

какими бы значительными ни были первоначальные намерения журналистов, будь то просвещение или формирование мировоззрения и культуры, эти цели вряд ли будут достигнуты или же будут реализованы не в полной мере.

В параграфе 2.3. «Рекреативные функции СМИ: условия, формы и стратегии реализации» установлено, что в течение последних десятилетий на постсоветском пространстве пропорции рекреативных функций и рекреативного содержания в соотношении с другими обязанностями и текстами СМИ претерпевают существенные трансформации. — При — определении — жанрово-тематических — способов реализации изучаемых функций уделено внимание тому, что разговор о рекреативных текстах средств массовой информации подразумевает не только их непосредственно развлекательное назначение, но и целый ряд «дополнительных» смыслов, включая идеологический, культуроформирующий и другие.

На основании зарубежных исследовательских концепций и теорий рассмотрены специфика воздействия, особый характер рекреативных функций и способы их реализации. Показано, что особый характер рекреативных функций состоит в том, что они касаются эмоциональной сферы и играют своего рода терапевтическую роль для аудитории. Сильное давление новой информации отчасти определяет наш специфический выбор развлечений. Иногда мы стремимся к высокому темпу новизны, богатому потоку информации. В другие моменты активно сопротивляемся когнитивному возбуждению и тянемся к «легким» развлечениям. Таким образом, мы используем развлечение для повышения или снижения возбуждения, как регулятор эмоционального темпа, приводя его в соответствие с нашими возможностями. Научившись использовать такие тактики более сознательно, можно «тонко настраивать» свою микросреду, отсекав нежелательное возбуждение.

Учитывая «индивидуальность» подходов при реализации рекреативных функций общественно-политической прессой Беларуси, а также тем, какое значение придают редакторы рекреативным тематикам и текстам на страницах печати, установлено, что, во-первых, доминирующим мотивом обращения журналистов к произведениям рекреативного характера является стремление к популярности и коммерческому успеху безотносительно к содержанию. При этом мотив предоставления читателю эмоциональной разрядки учитывается

журналистами в меньшей степени. Во-вторых, рекреативные тематики и тексты на страницах печатных изданий могут иметь следующее назначение:

- 1) привлекать внимание читателей и обуславливать коммерческий успех;
- 2) играть символическую, ритуальную роль в качестве привычного элемента содержания и дизайна;
- 3) развивать и просвещать читателя.

Рассмотрены типичные примеры использования в прессе таких рекреативных элементов, как тематический и вербальный способы усиления развлекательности, а также использование сенсаций как универсальное средство привлечения читательского внимания. Выбор тех или иных форм реализации рекреативных функций СМИ и мотивы их использования позволили выделить стратегии трех типов: манипулятивную, гуманистическую и прагматическую. Наши наблюдения и представления экспертов позволяют утверждать, что выбор той или иной стратегии обусловлен рядом факторов, в том числе формой собственности (государственное/негосударственное издание) и, следовательно, ориентацией на законы рынка и те политические и экономические условия, в которых вынуждена функционировать пресса.

Например, выбор гуманистической стратегии поддерживается отдельными изданиями в силу того, что у них нет необходимости «продавать» себя, учитывать требования конкуренции и бороться за читателя. И наоборот, редакторы тех газет, которые не финансируются за счет государственных властных структур, рассматривают осуществление рекреативных функций как своего рода маркетинговый ход и придерживаются прагматической стратегии их реализации. Однако при этом зачастую упускается из виду, что то, что является функциональным по отношению к интересам одних социальных групп, может быть дисфункциональным для других. В качестве позитивного сценария реализации рекреативных функций СМИ предложено учитывать не только их коммерческую целесообразность, но использовать также в гуманистических интересах развития человеческой личности и общества.

В Заключении сформулированы основные результаты, полученные в ходе выполнения диссертационной работы. Выявлены тенденции, определяющие содержание современных СМИ, в результате которых возрастает доля рекреативных текстов, в том числе продуктов массовой

культуры, являющихся жизненно важными для нормального функционирования потребительского рынка. Отмечено, что белорусская газетная индустрия не остается в стороне от наметившихся тенденций и также демонстрирует приоритет рекреативных тематик и трансформацию моделей содержания СМИ в сторону развлекательности. Проведенное исследование подтверждает, что рекреативные функции являются весьма востребованным ресурсом средств массовой информации, поскольку их реализация способна обусловить популярность и коммерческий успех издания. Вместе с тем важно помнить, что с одной стороны, рекреативные функции СМИ обладают огромным созидательно-организующим и просветительским потенциалом, но с другой – манипулятивное, свеекорыстное использование рекреативных возможностей способно вызывать дисфункциональные последствия, необратимые для развития человека и общества в целом.

В сегодняшних условиях формы реализации рекреативных функций СМИ являются фундаментальной научно-практической проблемой, решение которой во многом зависит от доминирующих в обществе ценностей, мировоззренческих устремлений, заинтересованности в поддержании многообразия духовных потребностей человека. Для полной и всесторонней реализации этих задач требуется объединение усилий средств массовой информации со сферой образования, науки, искусства и различными культурными институтами. И определение характера информационной политики СМИ в соответствии с намеченными перспективами развития современного общества.

В Приложении представлены материалы опроса редакторов крупнейших общественно-политических изданий Беларуси, проведенного автором в рамках диссертационного исследования в апреле 2010 года. В опросе приняли участие редакторы таких белорусских газет, как «Рэспубліка», «Звязда», «СБ. Беларусь сегодня», «Знамя юности», «Комсомольская правда в Белоруссии», «Аргументы и факты» в Белоруссии», «Обозреватель», «БелГазета». Эта часть работы содержит тексты интервью, в которых редакторы указанных изданий делятся своими представлениями о специфике функционирования современных средств массовой информации, размышляют о содержании, мотивах, целях и формах реализации рекреативных функций СМИ.

Приложение также включает топ-20 самых рейтинговых передач ведущих белорусских телеканалов ОНТ, НТВ-Беларусь, РТР-Беларусь

(февраль 2010 г.); топ-20 ежедневных и еженедельных изданий Беларуси по количеству средней аудитории одного выпуска (декабрь 2009 г.), составленные по результатам исследований аудитории средств массовой информации лаборатории аксиометрических исследований «Новак».

По теме диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Условия и факторы реализации рекреативной функции в печатных СМИ // *Вестник БДУ. Серия 4. № 2. 2006.* – С. 113–117.
2. Редукция чтения = деградация личности // *Журналистика 2007: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции.* – М.: Факультет журналистики МГУ, 2008. – С. 188–189.
3. Медиареальность как природная среда // *Сборник материалов научно-практической конференции 23-24 апреля 2008 г.* – СПб.: Факультет журн-ки, 2008.
4. Рекреативная функция СМИ: динамика развития и способы реализации // *Материалы докладов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] — М.: Издательство МГУ; СП МЫСЛЬ, 2008. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. [Адрес ресурса в сети интернет: <http://www.lomonosov-msu.ru/2008/>].*
5. Развлечение – масс-медиа – цивилизация досуга // *Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы 5-й Международной научно-практической конференции 16-18 октября 2008 г. / Под ред. В.З. Гарифуллина.* – Казань, Изд-во Казан. ун-та, 2008. – С. 210–214.
6. Развлекай и властвуй // *Журналистика-2008: стан, праблемы и перспектывы: Матэрыялы 10-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: С.В. Дубовік і інш. – Вып. 10. – Мінск: БДУ, 2008. – 560 с. – С. 429–430.*

7. Тенденция игризации и рекреативные функции масс-медиа // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ; МедиаМир, 2009. – 500 с. – С. 89–90.

8. Рекреативные функции СМИ: специфика форм и содержания // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2009. [Адрес ресурса в сети интернет: <http://www.lomonosov-msu.ru/2009/>].

9. Особенности реализации рекреационных потребностей аудитории в СМИ // Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения: тезисы межвузовской научно-практической конференции – СПб.: Роза мира, 2009. – 272 с. – С. 67–68.

10. Рекреативный потенциал СМИ как исследовательская проблема // Журналистика-2009: стан, праблемы и перспектывы: Матэрыялы 11-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі / Рэдкал.: С.В. Дубовік і інш. – Вып. 11. – Мінск: БДУ, 2009. – 571 с. – С. 445–447.

11. Способы реализации рекреативной функции СМИ как актуальная проблема современности // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Шестой Международной научно-практической конференции 22-24 октября 2009 года / Под ред. В.З. Гарифуллина / Вып. ред Р.П. Баканов. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2009. – 402 с. – С. 252–257.

12. Рекреативный медиаконтент как стратегия // Медиаконтент: Взгляд молодого исследователя. Материалы научно-практической конференции аспирантов и студентов // Сост. М.Е. Аникина, Н.Я. Макарова. – М.: Изд. Центр РГГУ, Факультет журналистики МГУ, 2010. – 416 с. – С. 9–15.

13. Рекреативные функции СМИ: эскапистские тенденции и гуманистический потенциал // СМИ в современном мире: Петербургские чтения: тезисы межвузовской научно-практической конференции. – СПб.: Роза мира, 2010. – 410 с. – С. 98–99.

14. Рекреация в СМИ: выбор формы // Журналистика в 2009 году: Трансформация систем СМИ в современном мире. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2010. – 576 с. – С. 187–188.

15. Рекреативные функции СМИ: содержание, структура и гуманистический потенциал // Вестник МГУ. Серия 10. 2010. №2.

16. Рекреативный потенциал СМИ: приоритеты и формы реализации // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2010» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2010. — 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см.

Из фондов Российской национальной библиотеки

Из фондов Российской национальной библиотеки

Из фондов Российской национальной библиотеки

10 - 178 17 2010A
17817

Из фондов Российской национальной библиотеки