

Гуманистическая стратегия реализации рекреативных функций СМИ на примере белорусских интернет-изданий

Научный руководитель – Федотова Наталья Александровна

Рыбка Ксения Вячеславовна

Студент (специалист)

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

E-mail: kseniya.rybka29@gmail.com

Рекреативные функции СМИ - это такие функции, которые регулируют эмоциональную, интеллектуальную и физическую жизнь человека, способствуют эмоциональной разрядке, поддерживают душевное равновесие (Федотова, 2014). В своей работе «Рекреативные функции СМИ» Н. А. Федотова выделяет три стратегии реализации рекреативных функций в средствах массовой информации: манипулятивную, прагматическую и гуманистическую.

Последняя реализует все три функции рекреации, которые обозначил В. Члаидзе: восстановительную, воспитательную и гуманистическую.

Для данной стратегии характерно раскрытие рекреативных тематик с помощью многообразия форматов, ориентацией на интеллектуальное развитие и обращению к моральным ценностям.

Н. А. Федотова полагает, что гуманистическая стратегия предполагает:

1. содержательный контент с интересным способом подачи информации;
2. использования рекреативных элементов, дабы побудить читателя к размышлению;
3. авторский стиль письма с элементами публицистического и художественного жанров для содействия аналитическому и эмоционально-образному постижению мира.

Как считал Маслоу, в природе человека заложена потребность в ритуализации (желание вновь увидеть окружающий мир возвышенным, святым, «под знаком вечности», заново наделить насущное символами). «Для самоактуализирующейся личности, определяющий смысл жизни, ритуализация, или воссоздание ценностей, становится стержневым элементом творчества и стойкости» (Пронина, 2006).

Е. Е. Пронина отмечает, что аудитория всегда по достоинству оценивает, если журналист не только предоставляет качественный контент с целью вызова интеллектуального отклика у читателей, но и сам ведет себя как самоактуализирующаяся личность. При этом заказная патетика у аудитории вызывает презрение.

Средства массовой информации, применяющие гуманистическую стратегию, относятся к читателю как к самодостаточной личности, способной к интеллектуальному самосовершенствованию и нуждающейся в ритуализации. Подобные издания понимают, что информационное давление и манипуляция - те факторы, которые будут препятствовать развитию читателя, поэтому намеренно пренебрегают ими. «Кредо гуманистической коммуникации прозвучало бы примерно так: «Нам более всего важны сами люди, и мы готовы предоставить всю информацию, чтобы они могли сделать выбор исходя из своих экзистенциальных потребностей» (Пронина, 2006).

В интересах журналиста, чтобы внимание аудитории было устойчивым в течение длительного времени. Добиться этого в медиaprостранстве еще труднее, чем в печатной и аудиовизуальной журналистике, когда посетителя от перехода на другую страницу отделяет всего один клик. Задача журналиста - донести до читателя максимум информации за минимальный промежуток времени. «Наилучшее усвоение материала происходит в тех

случаях, когда коммуникатор побуждает реципиента к активной умственной деятельности, когда возникает напряженное обдумывание сообщений» (Мельник, 2006).

Важно, что не только цель гуманистической стратегии и формы ее реализации отличают ее от манипулятивной стратегии, но и методы сбора информации. Подглядывание, провокация и искусственно образованная сенсация чужды гуманистической стратегии.

Впрочем, гуманистической стратегии придерживаются в большинстве своем государственные издания, для которых увеличение тиража - не первостепенно. Этим объясняется манипулятивный характер материалов коммерческих изданий, которым, чтобы оставаться на плаву, нужно удовлетворять многогранные потребности масс. «Учитывая экономические и социально-культурные условия, в которых сегодня существуют средства массовой информации, и многогранность человеческих потребностей, было бы крайне идеалистичным (и, как ни парадоксально, антигуманным) предлагать пути реализации рекреативных функций исключительно в русле гуманизации» (Федотова, 2014).

И если в советское время данная стратегия была приоритетной, то сегодня, во времена жесткой конкуренции на рынке средств массовой информации, необходима золотая середина между гуманистической и манипулятивной стратегиями.

Докажем применение гуманистической стратегии сайтами zviazda.by и respublika.sb.by.

ZVIAZDA.BY. Наиболее полно рекреативный контент представлен в рубрике «Культура». Редакция ответственно подходит к просвещению аудитории и готовит материалы для таких незаурядных рубрик, как «Выяўленчае мастацтва», «Тапаніміка», «Архітэктура», «Краязнаўства», «Гісторыя і этнаграфія».

Сайт zviazda.by единственный, который имеет раздел посвященной религии. Материалы в рубрике «Рэлігія» обращаются к моральным ценностям читателей, данный контент является примером гуманистически ориентированной журналистики.

Заголовки на сайте zviazda.by нейтрального характера, интертекстуальные, неброские. В материалах не встречается пошлость, сенсационность или шоу-журнализм. Zviazda.by ориентирует читателей на общечеловеческие ценности: семья, религия, любовь к Родине и т.д. Интернет-сайт zviazda.by - это пример гуманистически направленной журналистики.

RESPUBLIKA.SB.BY. На наш взгляд, рекреационный контент размещен в рубриках «Культура», «Моя страна», «Разное».

«Культура» содержит в себе материалы информационные и аналитические. Нередко встречаются публикации, цель которых рассказать читателю об истории Родины, вызвать патриотические чувства. Все заголовки нейтрального характера.

Также рекреативные функции реализуются в разделе «Моя страна». Данный раздел более глубоко освещает исторические и национальные темы.

Материалы сайта нейтрального характера, призванные заинтересовать и просветить пользователя, дать ему пищу для размышлений. Гуманистическую направленность также подтверждают этичное освещение тем, отсутствие провокационности и искусственной сенсации. Рекреативный контент не вытесняет информационный, а дополняет и вносит разнообразие.

Гуманистическая стратегия в белорусской интернет-журналистике наблюдается в изданиях с государственным финансированием, у которых нет острых потребностей в увеличении прибыли.

Источники и литература

- 1) Мельник, Г.С., Ким М.Н. Методы журналистики: Учеб. пособие для студентов факультетов журналистики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 272 с.

- 2) Пронина, Е. Е. Психология журналистского творчества: Учеб. пособие / Е.Е. Пронина – М.: КДУ, 2006. – 368 с.
- 3) Федотова, Н. А. Рекреативные функции СМИ [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / Н. А. Федотова. – Мн. : БГУ, 2014. – 106 с.