

The image features five circles of varying shades of light purple. One circle is empty and positioned behind the text. Two other circles are solid and positioned below the text. The remaining two circles are also solid and positioned to the left and right of the text.

ДОСУГОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Цель досуговой журналистики

- Журналистика сферы досуга направлена на самообразование читателя, приобщение его к культуре, посвящен занятиям спортом, хобби, моде, домашнему хозяйству, общению по интересам, играм.
- Следовательно, СМИ сферы досуга, занимая свободное время, развивают навыки его организации, поскольку посвящаются разным формам досугового времяпрепровождения.

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Работа по дому, на садовом участке	Газеты и журналы, рекламные издания, тематические полосы в общественно-политических изданиях, посвященные садоводству, домоводству

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Чтение	Библиографические отделы газет и журналов, литературные передачи на радио и телевидении, телеканалы об искусстве и культуре

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

<p>Формы проведения досуга:</p>	<p>Виды журналистики досуга:</p>
<p>Посещение театров, выставок, кино, концертных залов</p>	<p>Специализированные издания, посвященные театру, кино, изобразительному искусству и др., журналы, ориентированные на молодежь и пропагандирующие различные виды популярной музыки</p>

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Просмотр ТВ, видеофильмов	Публикация телепрограмм и анонсов телепередач в газетах, издание специализированных массовых журналов

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Занятия непрофессиональным творчеством, хобби	Пресса, теле- и радиопередачи по интересам

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Игры	Игровые порталы в Интернете, газеты и журналы с кроссвордами, карточными играми и пр., игровые приставки к персональным компьютерам

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Туризм, в том числе зарубежный	Научно-популярные журналы о путешествиях, тематические страницы в общественно-политических газетах, специализированные телеканалы, отдельные телевизионные передачи о природе различных континентов и т. п., соответствующие разделы сервисных журналов авиаперевозчиков и железнодорожных кампаний

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Пассивный отдых, хождение в парки	Газеты, радио- и телепередачи о здоровом образе жизни, рассказы о достопримечательностях в ежедневных общественно-политических изданиях, муниципальной прессе

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Занятия спортом	Газеты, посвященные спорту, специализированные телеканалы, телевизионные трансляции Олимпийских игр и других спортивных состязаний

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга:

Формы проведения досуга:	Виды журналистики досуга:
Посещение ресторанов, баров	Издания, рекламирующие как сами заведения, так и их продукцию, соответствующие вклады в сервисных журналах авиаперевозчиков, железнодорожных кампаний

Соответствие форм проведения досуга и видов журналистики досуга

- **Вывод:** Анализ приведенных соответствий позволяет сделать вывод: журналистика досуга в отдельных сегментах смыкается то с рекламной индустрией, то с иными типами СМИ.
- **Задание.** Приведите примеры СМИ для каждого пункта таблицы.

Жанры и формы подачи материала досуговой журналистики

- В досуговой журналистике применяют следующие жанры и формы:
- заметка,
- репортаж,
- аналитическая или критическая статья,
- новостные,
- игровые и образовательные формы,
- научно-популярный и документальный фильм,
- трансляция концертов и спектаклей и т. д.

Жанры и формы подачи материала досуговой журналистики

- Некоторые из медиапроектов имеют весьма опосредованное отношение к журналистике (например, циклы лекций, радиопостановки или экранизации классики и т. п.), тем не менее СМИ выступают в данном случае как организаторы культурного времяпрепровождения массовой аудитории. Нередко такие проекты сопровождаются комментариями экспертов.

Жанры и формы подачи материала досуговой журналистики

- Вывод: Эта деятельность сегодня имеет огромное социальное значение, так как для очень многих людей телевидение, радио и другие СМК предоставляют едва ли не единственную возможность приобщиться к миру культуры.

Тенденции развития досуговой журналистики

- 1. Консьюмеризм.
- *Это организованное общественное движение, ставящее своей целью расширение и защиту прав потребителей (покупателей). Термин происходит от consumer — потребитель.*

Тенденции развития досуговой журналистики

- Потребительство сегодня осознается как проблема общемирового масштаба, так как оно опосредованно способствует загрязнению среды и истощению природных ресурсов, оно подчеркивает социальное неравенство и углубляет психологическое напряжение у людей, и так уже травмированных конкурентным способом существования.

Тенденции развития досуговой журналистики

- Также оно способствует развитию последствий потребительской лихорадки, получивших название «аффлюэнца» (книга Джон Де Граафа и др. «Affluenza»). Окказионализм «аффлюэнца» составлен из слов «influenza» (грипп) и «affluence» (богатство) и «обозначает „эпидемию“ чрезмерного труда (например, когда человек подрабатывает в дополнение к основной работе), роста потребительской задолженности и постоянной озабоченности своим материальным положением».

Тенденции развития досуговой журналистики



- Консьюмеризм стал основой для появления гламурных изданий, направленных на формирование стилей жизни, обновление вещной среды, на создание стандартов потребления через информационное приобщение к миру celebrities — звезд шоу-бизнеса, массовой культуры, спорта с их «праздничным» образом жизни.

Тенденции развития досуговой журналистики

- На рубеже 1960–1970-х годов для противостояния «гламурной» журналистике появилось особое направление — потребительская журналистика. Цель — просвещенное, рациональное потребление, а не продвижение товаров и услуг, не вовлечение в шопинг. Она соответствует модели социально ответственной журналистики.

Тенденции развития досуговой журналистики



- 2. Медиатизация.
- *Это воздействие системы массмедиа на современное общество и культуру.*

Тенденции развития досуговой журналистики



- Специфика современных форм досуга заключается в том, что они испытывают на себе все большее влияние массмедиа, развитие которых осмысливается современными исследователями в рамках концепции медиатизации

Тенденции развития досуговой журналистики

- В. Шульц, один из теоретиков концепции медиатизации, выделяет четыре составляющие этого процесса:
- расширение коммуникативных возможностей человека во времени и пространстве;
- замещение реальной социальной деятельности на медиаопосредованную;
- размывание отчетливых границ между реальной и медийной деятельностью;
- распространение и утверждение медиа-логики на иные сферы общественной жизни.

Тенденции развития досуговой журналистики



- Пример:
- Многие современные досуговые практики, осуществлявшиеся прежде в реальном времени и пространстве, оказываются вытесненными в медиапространство: общение в социальных сетях, просмотр спортивных соревнований и развлекательных шоу по телевизору или интернет-трансляции.

Тенденции развития досуговой журналистики

- Пример:
- Современные медиа делают возможным появление специфических смешанных форм медиадосуга, таких как, например, киберспорт, компьютерные игры, виртуальный туризм — «путешествия» в киберпространстве компьютерных игр. Эти новые формы досуга не требуют физического перемещения в реальном пространстве или вовлечения в реальные социальные практики. Они реализуются только в пространстве медиа и невозможны вне их.

Классификация специализированных досуговых СМИ

- Социально-демографические характеристики дифференцируют издания в зависимости от:
- а) возраста — детские («Геоленок»), подростковые («Пять углов»), молодежные (Oops!), для пожилых 119 людей («Полезно для пенсионера»);
- б) пола — мужские («Maxim») и женские («Лиза»).

Классификация специализированных досуговых СМИ

- Содержательно-тематические запросы аудитории определяют появление изданий:
- а) по сфере интересов (эстетические, научно-технические, утилитарно-бытовые и др.);
- б) по тематике (искусство, туризм, кулинария, домоводство, садоводство, рукоделие, коллекционирование и т. д.);
- в) по формам проведения досуга (просветительские, справочные, эмоциональные, развлекательные, психологической разрядки, коммуникативные).

Классификация специализированных досуговых СМИ

- По функциональному критерию все досуговые издания принято условно разделять на три группы:
- 1) направленные на просвещение (научно-просветительские и культурно-просветительские);
- 2) направленные на формирование потребительской культуры;
- 3) развлекательно-релаксационные.