

**Доклад Сергея Цымбаленко,
кандидата философских наук, президента молодежного
объединения ЮНПРЕСС (портал www.ynpress.ru)**

Развлекательные ресурсы: угроза или надежда?

Говоря о развлекательных ресурсах и развлекательности информационной продукции, нужно определиться в понятиях.

Простейший подход для определения границы – рассмотреть развлечение как часть культуры свободного времени.

В структуре свободного времени юных россиян 12-16 лет (социологический опрос 2004-2005 гг. объединения ЮНПРЕСС) компьютер, интернет занимает третье место (56.2% только компьютерные игры), уступая лишь телевидению и общению с друзьями. Путешествует в интернете (21,9%) или ищет информацию по интернету (20.4%) - каждый пятый.

Когда подростки отвечают, откуда они получают важную для них информацию, на первое место выходят каналы межличностного общения, значительно потеснив телевидение. Интернет на четвертом месте, уступая только сверстникам, родителям, газетам/журналам, опережая школу, телевидение.

Из этих данных можно сделать вывод: сфера развлечения таит в себе огромные возможности для социализации и образования, особенно на пересечении развлечения и информирования о жизни, человеческой культуре. Особенно, если развлекательный ресурс использует диалоговую форму.

Если пойти глубже в определениях, то нужно рассмотреть сущность развлечения как особую форму и часть освоения реальности в мире массмедиа и с помощью массмедиа. Никлас Луман (Реальность массмедиа – М.: Праксис, 2005) рассматривает развлечение как часть второй (виртуальной реальности), новую форму мифологии, которая позволяет, как в театре, примерить на себя все, что увидел или услышал, активизировать пережитое самим адресатом, его надежды, опасения, им забытое. Зритель, пользователь развлекательного ресурса живет в том же мире, что и действительные или выдуманные действующие лица, но сохраняет свободу соглашаться или отклонять, снимается противоречие между свободой и принуждением. Развлечение оказывает усиливающее воздействие на уже существующие знания и опыт, однако не направлено на разъяснение и поучение, чем особенно привлекательно для аудитории.

В связи с этим сфера развлечения является огромным резервом позитивных установок и реальной опасности негативного влияния.

Если кто-то, как в фантастике Уэлса и Беляева, захочет в ближайшем будущем стать властелином мира, ему не нужно изобретать сверхмощное оружие – в качестве такового может выступить информационное пространство, построенное по законам развлечения.

Двигатель появления и развития развлекательных ресурсов сегодня - стихия («Масяня», онлайн-дневники, телефонные разговоры) и экономический интерес (порно, игры с сопутствующими товарами). Социальное моделирование практически не используется.

Знание механизмов развлечения дает возможность создания цивилизованного информационного пространства, открытого в социальную сферу, связанного с жизнью. Это не только собственно развлекательные ресурсы. Современные СМИ стараются быть увлекательными, конструируются в соответствие с развлекательным жанром. Становится важной комплексность индивидуального формирования сознания внутри общественной коммуникации. На нашем портале подобный поиск идет при разработке познавательных ресурсов: конструктор собственных газет в разделе «Музей детской прессы», поиск лучших книг и фильмов совместно с юной аудиторией, создание видеонюостей и др.

Если говорить о будущем, то развлекательный ресурс станет синтезом многих средств коммуникации и информации: интернета, телефона, видео, аудио, межличностного общения. Примеры подобных ресурсов и разработок уже есть, но, увы, пока не внушают оптимизма.