

Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет

В. Д. Мансурова, С. С. Смирнова

СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СЕРВИЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Монография



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2014

ББК 70
УДК 76.00
М 237

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор *С. Г. Корконосенко*;
кандидат филологических наук, профессор *Ю. П. Пургин*

Мансурова, В. Д.
М 237 **Социальные ориентиры сервильной журналистики**
[Текст] : монография / В. Д. Мансурова, С. С. Смирнова. —
Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2014. — 92 с.

ISBN 978-5-7904-1815-0

Анализируется дискуссионная в журналистском сообществе проблема — функционирование «сервильной журналистики», которую журналисты-практики считают продажной, а теоретики СМИ определяют как тенденцию развития «журналистики соучастия». По мнению авторов, «сервильность» как рыночная стратегия СМИ расширяет границы социального, привносит новое понимание прагматики культуры потребления. Предпринята попытка комплексного изучения данного явления, охарактеризована роль маркетинговых инструментов в процессе моделирования медиапродукта сервильной журналистики, охарактеризованы стратегии работы с контентом современных печатных и аудиовизуальных СМИ в рамках реализации их формата и жанра, дана типологическая характеристика медиапродуктов сервильной журналистики.

ББК 70
УДК 76.00

*Настоящее издание опубликовано в рамках реализации
Программы стратегического развития
Алтайского государственного университета*

ISBN 978-5-7904-1815-0

© Мансурова В. Д., Смирнова С. С., 2014
© Оформление. Издательство
Алтайского государственного
университета, 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Глава 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СЕРВИЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ	7
1.1. Технологический захват социального	7
1.2. Предпосылки формирования нового отношения к определенному сегменту жизни: быту, комфорту, досугу	13
1.3. Модификация аутентичной журналистики и ее роль в обществе	17
1.4. Ценностные концепции формирования общества потребления	23
Глава 2	
ТВОРЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ СЕРВИЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КОНСТРУИРОВАНИИ УНИКАЛЬНОГО МЕДИАПРОДУКТА	31
2.1. Кастомизация медиапродуктов в условиях коммодификации средств массовой информации	31
2.2. Формат презентации конкурентоспособного медиапродукта	41
2.3. Все жанры, кроме скучного	53
Глава 3	
ТВОРЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЖУРНАЛИСТА, СОЗДАЮЩЕГО КОНТЕНТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СМИ	66
3.1. «Аватары» медийного бренда	66
3.2. Дискурс удовольствия и пользы	70
3.3. От магии обольщения — к культуре потребления	74
Заключение	80
Библиографический список	85

Научное издание

Мансурова Валентина Дмитриевна,
Смирнова Светлана Сергеевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ
СЕРВИЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Монография

Редактор Л. И. Базина
Подготовка оригинал-макета,
оформление обложки: О. В. Майер

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.
Подписано в печать 15.12.2014.
Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл.-печ. л. 5,35. Тираж 100 экз. Заказ 468.

Типография Алтайского государственного университета
656049 Барнаул, ул. Димитрова, 66