

И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун

Современный медиатекст: особенности создания и функционирования

Учебник

2-е издание, исправленное и дополненное

Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям

Книга доступна в электронной библиотечной системе biblio-online.ru
Москва ■ Юрайт ■ 2019

УДК
ББК

Авторы:

Дзялошинский Иосиф Мордкович — доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна департамента медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», г. Москва;

Пильгун Мария Александровна — доктор филологических наук, профессор психолингвистики Института языкознания Российской академии наук, профессор лаборатории медиалогии и медиалингвистики в области права Института законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ, г. Москва.

Рецензенты:

Славкова С. — профессор Болонского университета, Италия;

Коренева О. — профессор Университета Севильи, Испания.

Дзялошинский И. М., Пильгун М.А. Медиатекст: особенности создания и функционирования : учебник. — 2-е издание, исправленное и дополненное. — Издательство Юрайт. — 2019. — 000 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11621-2.

ISBN 978-5-534-11621-2

Настоящий учебник предназначен для изучения базовых представлений о процессах функционирования различных типов текстов, создаваемых или размещаемых в современных медиа. Учебник знакомит с теоретическими исследованиями текстов и деятельности по созданию текстов, рассматривает роль текстов в формировании внутреннего мира и жизненного пространства современного человека. Много внимания уделено описанию особенностей медиатекстов.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования третьего поколения.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям «Журналистика», «Связи с общественностью», «Политология», «Социология», а также широкого круга читателей.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Глава 1. Понятие «текст»: история становления и основные теоретические подходы

- 1.1. Возникновение и развитие текста
- 1.2. Философский подход
- 1.3. Социологический подход
- 1.4. Культурологический подход
- 1.5. Семиотический подход
- 1.6. Системно-структурный подход
- 1.7. Теоретико-коммуникативный подход
- 1.8. Теоретико-информационный подход
- 1.9. Психолингвистический и социолингвистический подходы
- 1.10. Лингвистический подход
- 1.11. Дискурсивный подход
- 1.12. Лингвистические теории нормирования речи

Вопросы

Глава 2. Антропология текста

- 2.1. Жизненный мир, культура, тексты
- 2.2. Тексты и потребности человека
- 2.3. Способности
- 2.4. Смысловая сфера человека
- 2.5. Деятельностный подход к проблеме смысла
- 2.6. Знания, ценности, нормы в системе смыслов

Вопросы

Глава 3. Деятельностный подход к пониманию текста

- 3.1. Деятельностный подход: существенные характеристики
- 3.2. Речевая деятельность
- 3.3. Текстовая деятельность
- 3.4. Коммуникативная деятельность
- 3.5. Влияние и воздействие в системе целевых характеристик текста

Вопросы

Глава 4. Основные типологические модели текстов

- 4.1. Тексты и текстоиды

4.2. Риторические и стилистические классификации текстов

4.3. Художественно-литературный текст

4.4. Разговорно-обиходный текст

4.5. Официально-деловой текст

4.6. Научный текст

Вопросы

Глава 5. Медийный текст: основные особенности

5.1. Медиа как текстопорождающая система: понятийный анализ

5.2. Понятие «медiateкст»

5.3. Функциональные характеристики медиатекстов

5.4. Гипертекстуальность

5.5. Интертекстуальность

5.6. Мультимедийность

5.7. Интерактивность

Вопросы

Глава 6. Жанровые и лексико-стилистические особенности медиатекстов

6.1. Теория жанров: основные подходы

6.2. Жанры в цифровой среде

6.3. Мультимедийный лонгрид и трансмедийный сторителлинг: хорошо забытое старое или революция в жанрах?

6.4. Телевизионные тексты

6.5. Лексико-стилистические особенности медиатекстов

Вопросы

Практикум

Список литературы

ПРЕДИСЛОВИЕ

В современном мире в результате стремительного роста научно-технического прогресса, а также в результате экспансии средств массовой информации во все области жизнедеятельности человека наблюдается лавинообразное нарастание количества текстов самых разных типов. В XX в. появилось и получило широкое распространение понятие «медiateкст», которое используется для описания различных видов коммуникации в сфере искусства и СМИ. Кинематограф, живопись, скульптура, литература, печатные СМИ, радио, телевидение и пр. в поисках новых форм выражения формируют принципиально отличные от старых форматы передачи информации.

На наших глазах медiateкст постепенно становится базовым компонентом в теории медиалингвистики, медиакультуры, медиаобразования, которые являются новыми направлениями лингвистической, философской, педагогической науки. Можно также отметить, что сегодня понятие «медiateкст» оказывается в сфере внимания не только лингвистов и журналистов, но и социологов, культурологов, психологов.

Не случайно в последние годы понятие текста все чаще появляется в заголовках статей и книг, в той или иной связи касающихся проблем социальной коммуникации. Тексты классифицируют, типологизируют и «анатомируют» специалисты в области самых различных дисциплин, нередко отвлекаясь при этом от главного, а именно от функциональной природы этой ключевой единицы общения.

Сложившаяся ситуация требует не только теоретического уточнения многих традиционных представлений о тексте, но и подготовки новых учебников и учебных пособий, которые помогали бы формированию нового поколения профессионалов, создающих современные тексты, в полной мере использующие возможности новейших медийных платформ.

Авторы представленного учебника поставили перед собой цель предложить студентам гуманитарных дисциплин комплекс знаний, помогающих понять, что представляют собой различные виды текстов, обеспечивающих коммуникацию между людьми. Особое внимание обращено на особенности медiateкстов.

Работа состоит из введения, шести глав, заключения, списка литературы и приложений.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- механизмы создания разных типов медiateкстов;
- стратегии и технологии использования медiateкста;

- организационные и этические принципы формирования и использования медиатекста;

уметь:

- эффективно и целенаправленно использовать медиатекст в коммуникативно-речевых ситуациях, типичных для своей профессиональной деятельности;
- проводить анализ медиатекста;
- использовать различные технологии коммуникативного воздействия;

владеть навыками:

- работы с медиатекстом;
- классификации медиатекстов;
- создания эффективного медиатекста.

В первой главе «Понятие "текст": история становления и основные теоретические подходы» дан небольшой экскурс в историю возникновения феномена текста и обрисовано пространство теоретических исследований, включающих философский, социологический, культурологический, семиотический, системно-структурный, теоретико-коммуникативный, теоретико-информационный, психолингвистический, социолингвистический и лингвистический подходы.

Во второй главе «Антропология текста» рассматривается вопрос о связи текстов с жизненным миром человека и культурой, в рамках которой организуется этот жизненный мир. В этой главе рассматриваются такие вопросы, как «тексты и потребности человека», «способности и медиа», «медиа и смысловая сфера человека».

Третья глава «Деятельностный подход к пониманию текста» посвящена различным подходам к пониманию текста как результата человеческой деятельности. Рассмотрены особенности речевой, текстовой и коммуникативной деятельности. Отдельный параграф посвящен анализу тех целей, ради достижения которых создаются разные тексты.

В четвертой главе поставлен вопрос о типах текстов. Предложено различать тексты и текстоиды. Этим новым понятием авторы предлагают обозначать разнообразные природные и космические явления, для анализа которых иногда используют лингвистические и коммуникативные понятия. К текстоидам можно отнести гены, спортивные и компьютерные игры и т. д. Рассмотрены различные классификации текстов.

Пятая глава посвящена анализу медиа как текстопорождающей системы и особенностей медийных текстов, то есть текстов, специально создаваемых с использованием возможностей современных медиа. Проанализированы такие специфические характеристики медиатекстов, как гипертекстуальность, интертекстуальность, мультимедийность, интерактивность.

В шестой главе исследуются жанровые и лексико-стилистические особенности медиатекстов. Особое внимание уделено таким жанрам, как мультимедийный лонгрид и трансмедийный сторителлинг.

Для более полного понимания изложенных в данной книге материалов и осмысления таких проблем, как стратегии, ресурсы и технологии коммуникативной и текстовой деятельности, методы подготовки текстов, целесообразно обратиться к опубликованным ранее издательством «Юрайт» следующим учебным пособиям: «Деловые коммуникации: теория и практика» (2014), и «Риторика» (2015).

Представленный в данном учебнике материал охватывает малую часть комплекса проблем, связанных с осмыслением такого многогранного явления, как текст. За рамками книги остались личностные, институциональные и деятельностные модели порождения текста. Не затрагивался вопрос о нормах и правилах, регулирующих деятельность субъектов, производящих медиаконтент. Остались нерассмотренными сюжеты, связанные с проблемой восприятия медиатекстов различными категориями аудитории. Не обсуждались проблемы воздействия медиа на сознание и поведение людей. Ничего не было сказано о том, как устроены и действуют такие текстопорождающие системы, как журналистика, реклама, *PR*, пропаганда. Для того чтобы помочь тем читателям, которые захотят разобраться в этих и других проблемах, мы подготовили обширный список литературы.

И. М. Дзялошинский

М. А. Пильгун