

# Понятие “медиа́тeкст”

лекция

# Текст

Textus - ткань, сплетение - объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, для которой характерны связность и цельность

Последовательность предложений, объединенная грамматической, лексической, смысловой связью, способная передавать определенным образом организованную информацию.

# Социальное значение текста

Текст появляется в ответ на потребность человека:

- 1) передавать опыт (речь)
- 2) фиксировать опыт (письменность)

# Научные подходы к тексту:

Философский высказывание строится для другого. Текст - универсальная смысловая реальность. Обмен мыслями взаимно отражает друг друга

Социологический исследует социальные границы речи, особенности речи в разных социальных группах и т.п.

Культурологический: язык - культурный код общества, хранитель культурных ценностей. Текст отражает духовный и ценностный мир общества

# Научные подходы к тексту:

Лингвистический - текст есть высшая коммуникативная единица, целостная система коммуникативных элементов, объединенных в единую целостную систему

Семиотический - текст как система знаков, объединенных в единое целое

Психологический - влияние текстов на сознание и поведение конкретной личности

# Главное свойство текста

Текст всегда диалогичен - пишется для другого, тем самым создавая коммуникацию, связь между людьми

# Медиатекст

Медиатекст можно определить как динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций.

# Категории медиатекста

Медийность - где размещается, на каких площадках (печать, сайт, соцсети).  
Формат и объем медиатекста определяется форматом площадки

Массовость - для массовой аудитории

Интегративность или поликодовость - объединяет в себе несколько смыслов или кодов, адресованных разным читателям

Открытость - доступность для многочисленных интерпретаций и бесконечных цитирований



# Закономерности текстообразования

Первый этап. Создавая медиатекст, автор по сути должен ответить на вопросы «о чём?», «что?», «как?», «кому?» и «зачем?»

Второй этап. Формулирование замысла, обдумывание содержательной стороны текста. Именно на этом этапе автор должен учитывать «фактор адресата» и решить вопросы, кому и для чего предназначен текст и как будут строиться его отношения с адресатом

Третий этап. Языковое оформление.

# Виды медиатекстов

Печатные

Аудио- (радийные) и телевизионные

Web-тексты

# Жанры текстов

- 1) информационные,
- 2) аналитические,
- 3) художественно-публицистические

# Информационные жанры

заметку,

информационную корреспонденцию,

информационный отчёт,

информационное интервью,

блиц-опрос, вопрос-ответ, репортаж, пресс-релиз

# Художественнопублицистические жанры

очерк,

зарисовку, эссе, политический портрет, фельетон, пародию, памфлет,

сатирический комментарий, житейскую историю, легенду, эпитафию,

анекдот и некоторые другие

## Жанровые признаки интервью:

- 1) целенаправленная беседа, предназначенная для распространения в разных видах СМИ;
- 2) публичный характер разговора;
- 3) интервьюируемый – общественнозначимая фигура;
- 4) непосредственное общение собеседников;
- 5) вопросно-ответный комплекс;
- 6) диалогичность

# Типы вопросов

1) закрытые и открытые вопросы: закрытые вопросы требуют утвердительного или отрицательного ответа, открытые – носят наиболее общий характер и влекут за собой ответы, не ограниченные ни формой, ни содержанием;

2) основные и второстепенные:

второстепенные вопросы, или вопросы второго ряда, стимулируют беседу, а ответы на них развивают её вширь и вглубь, наполняют вспомогательным содержанием.

- 1) уточняющие вопросы: Простите, правильно ли я вас понял...? Так ли я вас понял...? Приведите, пожалуйста, соответствующий пример;
- 2) развивающие вопросы – призваны способствовать расширению поля беседы в сторону уточнения деталей, эмоциональных переживаний героя, включая её в более широкий контекст.
- 3) контрольные вопросы – журналист может задавать их в ситуации, когда у него нет объективных подтверждений того, что было сказано собеседником;
- 4) уличающие вопросы – разновидность контрольных, применяются в случае явных противоречий в ответах собеседника
- 5) количественные вопросы – сколько? Конкретизирует предмет разговора и позволяет увидеть динамику;
- 6) гипотетические вопросы – интервьюер хочет получить ответ на вопрос, что произойдёт, если совершится подразумеваемое. 7) Проективные вопросы



## Репортаж

(франц. reportage, от лат. reportare – «сообщать, передавать») – информационный жанр журналистики, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщающий о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является автор. Это – «жанр-разведчик», к нему обращаются журналисты, стремясь сообщить о том, что происходит

Основные признаки жанра – оперативность, информативность, наглядность (Эффект присутствия, соучастия).

# виды репортажа

Событийный – оперативно отражает общественно-значимое событие в хронологической последовательности. Самый распространённый вид.

Познавательный – в основе лежит интересная жизненная ситуация

Проблемный (аналитический)

Репортаж с экспериментом – несёт в себе интригу, так как журналист моделирует ситуацию, которая позволит ему узнать информацию, проверить реакцию людей в неожиданном положении и т. д.

# Статья

Статья – аналитический жанр, в котором представлены результаты исследования, события или проблемы.

Предмет жанра статьи – противоречия и проблемы, которые содержатся как в актуальных ситуациях и процессах, так и в вытекающих из них задачах, в условиях их решения, в связанных с ними тенденциях, перспективах, закономерностях общественного развития

# Статья

Целевая установка жанра – убедить читателя согласиться с некоторым мнением, выяснить причины и следствия событий, показать взаимосвязи разных событий, показать значимость события и возможные варианты его развития.