

ПРАГМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЕКСТОВ СМИ В МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

Шабельник А.В.¹

¹Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия (119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1), e-mail: asq_14@bk.ru

Исследована технология создания прагматического содержания текстов СМИ. Прагматическое содержание текста – это целевым образом организованное смысловое содержание, в процессе формирования которого: 1) автор сориентирован в отрезке действительности еще до непосредственного знакомства с конкретным фактом: то есть обладает знанием достаточного количества смысловых позиций – пресуппозиций – отрезка действительности; 2) количество пресуппозиций в n раз больше количества позиций, отображенных в итоговом смысловом содержании текста: в сознании автора смыслы конкурируют друг с другом за право оформить позицию в содержании текста; 3) итоговое решение о включении того или иного смысла в содержание текста принимается автором в зависимости от прагматической ситуации (комплекса целей и задач) текста. Деятельность по реализации прагматического содержания направлена на решение конкретных задач. Многообразие этих задач задается действительностью; успех мыслительной деятельности автора определяется в первую очередь возможностями по отображению действительности, релевантной задачам автора текста СМИ. Таким образом, чтобы изучить возможности автора по созданию прагматического содержания в текстах СМИ, необходимо исследовать основные способы и инструменты моделирования действительности СМИ.

Ключевые слова: прагматическое содержание, моделирование, деятельность, методика, СМИ, текст, журналисты.

PRAGMATIC CONTENT OF THE TEXT MEDIA IN TEACHING METHODS FOR JOURNALISM STUDENTS

Shabelnik A.V.¹

¹Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia (119991 st. Malaya Pirogovskaya, d. 1, p. 1), e-mail: asq_14@mail.ru

Investigated the technology for creating pragmatic content of the text media. Pragmatic content of the text – is purposefully organized semantic content, in the formation of which: 1) the author is oriented in the interval before actually direct acquaintance with the concrete fact: that is, has knowledge of a sufficient amount of semantic positions – presuppositions – a segment of reality; 2) the number of presuppositions in n times the number of items displayed in the final semantic content of the text: in the mind of the author's meanings are competing with each other for the right to issue a position in the content of the text; 3) The final decision on the inclusion of a point in the content of the text adopted by the author according to the pragmatic situation (set of goals and objectives) of the text. Activities for the implementation of pragmatic content is aimed at solving specific problems. The variety of these problems is given reality; the success of mental activity of the author is primarily determined by mapping capabilities of fact, the relevant tasks of the author of the text media. Thus, in order to explore the possibilities of the author to create content in a pragmatic texts of the media, it is necessary to investigate the basic methods and tools for modeling reality media.

Keywords: pragmatic content, modeling, activities, methods, media, text, journalists.

В новых образовательных стандартах (ФГОС 3-го поколения) направленность на обучение конкретным профессиональным умениям и навыкам, способствующим успешной деятельности специалиста на практике, стала еще очевиднее; в частности, в обучении журналистов акцент сделан именно на продукте деятельности специалиста – информации, материалах, текстах – и, соответственно, на технологиях производства данного продукта. В своей работе мы исследовали технологию создания качественных прагматически ориентированных текстов. В первую очередь нами системно выявляются и определяются

компоненты прагматики текста СМИ, знание которых позволяет специалисту создавать прагматическое содержание в текстах СМИ.

Цель нашего исследования – создание научно обоснованной, соответствующей современным стандартам ФГОС методики по обучению студентов-журналистов реализации прагматического содержания в текстах СМИ. Отсутствие системной теории, описывающей прагматику текста СМИ, и, как следствие, практической методики, обучающей реализации прагматического содержания в текстах СМИ, отрицательно влияет на профессиональную компетентность выпускников по специальности «журналистика», а также других специальностей, связанных с производством текста СМИ.

Прагматическое содержание текста – это целевым образом организованное смысловое содержание, в процессе формирования которого: 1) автор сориентирован в отрезке действительности еще до непосредственного знакомства с конкретным фактом: то есть обладает знанием достаточного количества смысловых позиций – пресуппозиций – отрезка действительности; 2) количество пресуппозиций в n раз больше количества позиций, отображенных в итоговом смысловом содержании текста: в сознании автора смыслы конкурируют друг с другом за право оформить позицию в содержании текста; 3) итоговое решение о включении того или иного смысла в содержание текста принимается автором в зависимости от прагматической ситуации (комплекса целей и задач) текста.

Деятельность по реализации прагматического содержания текста начинается с моделирования смыслов избранных ключевых элементов отображаемой действительности. Прагматическое отношение «человек – знак» состоит в самом моменте выбора автором того или иного смыслового элемента, на этапе выражения превращающегося в знак, а прагматическое отношение «знак – человек» действует на этапе восприятия содержания текста реципиентом.

Таким образом, прагматическое содержание – это содержание, получающее в процессе создания текста особые качества: а) целенаправленности, в соответствии с прагматической ситуацией текста; б) продуманности, в развернутой системе отбора и выбора элементов, осуществляемого автором; в) эффективности, оптимальной организации речевых средств для достижения комплекса целей автора.

Коммуникативно-деятельностный подход

Анализ методик, применяемых в настоящее время в практике создания журналистского текста, показал, что парадигма обучения с 80-х годов прошлого века не изменилась. Эта парадигма основана на выделении формальных метаэлементов типового публицистического текста как структурных опор для построения нового содержания. Наш подход к обучению студентов-журналистов сформировался в русле коммуникативно-деятельностного подхода,

основы которого были заложены в трудах психологов С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, И.А. Зимней и других. Нами разрабатывается и проходит апробацию в учебных группах модель деятельности журналиста по реализации прагматического содержания в текстах СМИ, которая в дальнейшем применяется уже в методических целях – при создании технологии обучения данному виду деятельности, для студентов, обучающихся по специальности «Журналистика». Данная модель создана на основе анализа комплексной структуры прагматики текста СМИ и основных операций специальной мыслительной деятельности журналиста.

Текст является следствием мыслительной деятельности журналиста, то есть текст – результат процесса мыслительной деятельности. Следуя логике, чтобы получить нужный результат, необходимо воздействовать на процесс, ведущий к этому результату. Тем не менее в настоящее время при подготовке журналистов предметом обучающих методик становится именно результат деятельности журналиста – сам текст. Таким образом, можно констатировать наличие объективно существующего противоречия между тем, что успешный текст является результатом мыслительной деятельности журналиста, и тем, что сама по себе эта деятельность не становится предметом обучающих методик по специальности «Журналистика». Суть предлагаемого подхода в обучении журналистов состоит в том, чтобы предметом обучающей методики сделать мыслительную деятельность журналиста, смоделировав эту деятельность таким образом, чтобы результат этой деятельности – содержание текста - отвечало критериям прагматического содержания.

При формировании у студентов профессиональных компетенций журналиста необходимо раскрыть все многообразие задач, на практике стоящих перед автором конкретного текста СМИ. Понятие прагматики текста является центральным, ключевым в научно обоснованной методике создания эффективного профессионального текста СМИ.

Таблица 1

Схема деятельности автора текста СМИ

Деятельность (Д)	<i>Мотивы деятельности</i> (М)	<i>Условия среды (У)</i>	<i>Оценка (Оц)</i>
	Мотивы создателей	Ожидания реципиентов	Успех (или неуспех) текста в социуме
	(I)	(II)	(III)
Действия (д)	<i>Цели (Ц)</i>	<i>Средства реализации целей (Ср)</i>	<i>Контроль (Кн)</i>
	Целевая установка текста	Общая и профессиональная	Формат текста, издания и критерии качества

		компетентность автора	прагматического содержания
	(IV)	(V)	(VI)
Операции (O)	<i>Объект деятельности</i>	<i>Состав операций</i>	<i>Продукт деятельности (Пр)</i>
	Профессиональная действительность журналиста	Выбор и отбор: смыслов и речевых средств	Прагматическое содержание текста
	(VII)	(VIII)	(IX)

Комплекс факторов, инициирующий и направляющий деятельность автора по созданию прагматического содержания конкретного в текстах СМИ, мы определили как **прагматическую ситуацию** данного текста. В таблице 1 данные факторы представлены на двух верхних уровнях (I-VI). Текст СМИ всегда существует в определенном поле интересов заказчиков, производителей, аудитории. Мотивы деятельности (M), трансформирующиеся в цели (Ц), а также условия среды (У), определяющие средства реализации целей (Ср), заданы автору, он должен их исследовать, проанализировать, чтобы в итоге сформировать прагматическое содержание текста как продукт своей деятельности (Пр). Ряд требований к содержанию текста диктует формат текста и формат издания, которые можно рассматривать как факторы самоконтроля автора в процессе создания прагматического содержания, и контроля (Кн) на фазе внешнего редактирования и окончательной приемки текста. Учет прагматической ситуации не должен проводиться экстенсивно, лишь за счет увеличения компонентов этого учета. В результате определения автором прагматической ситуации текста должен быть сформирован четкий целевой вектор авторской деятельности. В качестве категории, типизирующей деятельность автора по созданию содержания в текстах СМИ, мы вводим категорию **целевой установки текста (ЦУТ)**. Категория ЦУТ динамически подытоживает данные прагматической ситуации, являясь одним из факторов деятельности (IV), предлагая автору соотнести цель своего будущего текста с одной из пяти возможных ЦУТ: развлекать, рекламировать, информировать, убеждать или побуждать. Категория ЦУТ, зарождающаяся в прагматической ситуации текста до создания самого текста, определяет не только телеологическую компетенцию автора, но и его конкретную стратегию по реализации непосредственного содержания текста. В нашем понимании прагматическое содержание не есть какое-либо «особое», отличное от смыслового, содержание текста, для выражения которого требуются отдельные речевые средства. Есть единственное содержание, собственно содержание текста, а понятие «прагматическое» определяет не что иное, как особое качество данного содержания.

Автор раскрывает смыслы локального отрезка действительности в любом случае избирательно: следуя, во-первых, собственным возможностям, а во-вторых, задачам по отбору смыслов для содержания текста. Прагматика текста начинается с умения видеть в отрезке действительности больше смыслов, чтобы далее «было из чего выбирать».

Моделирование действительности

Деятельность по реализации прагматического содержания должна быть методически структурирована, чтобы автор имел больше возможностей выбора, чтобы на каждую позицию смыслового содержания текста претендовало несколько смыслов.

Выявление прагматической ситуации конкретного текста СМИ позволяет автору инициировать мыслительную деятельность, направив ее на решение конкретных задач. Многообразие этих задач задается действительностью; успех мыслительной деятельности автора определяется в первую очередь возможностями по отображению действительности, релевантной задачам автора текста СМИ. Таким образом, чтобы изучить возможности автора по созданию прагматического содержания в текстах СМИ, необходимо исследовать основные способы и инструменты моделирования действительности СМИ. С позиций психолингвистики (Р. Аткинсона, А.А. Залевской, А.А. Леонтьева, Д. Андерсена и Г. Бауэра, Т. Ван Дейка, Н.И. Жинкина, А.Е. Кибрик, Ю.А. Сорокина, И.П. Сусова, В.Я. Шабеса и других), процесс понимания текста основан на соотнесении информации, заложенной в вербальных значениях, с тем или иным классом субъективных значений, хранящихся в памяти индивида.

Процесс избирательного моделирования действительности автором основан на субъективном представлении этой действительности реципиентом. Для обеспечения компетентности авторов СМИ предусмотрена их специализация. Автор должен обладать бóльшим объемом фоновых знаний в тех секторах действительности, на тематике которых он специализируется. В каждом из этих секторов фоновые знания могут существовать в виде: нерасчлененного отрезка действительности; фактов-деталей; моделей социальных ситуаций (МСС) и их элементов. МСС являются структурами кодирования и представления информации; они поддерживают функционирование фоновых знаний и одновременно (в аспекте механизмов внутреннего семантического пространства) служат опорами выводного знания.

Таблица 2

Последовательность действий-операций (ПДО) реализации ЦУТ

№ этапа	Элемент прагматической ситуации	Целевая установка текста (ЦУТ)				
		ПДО № 1	ПДО № 2	ПДО № 3	ПДО № 4	ПДО № 5
1а	заказ автору	развлечение	рекламирование	информирование	побуждение	убеждение
1б	выбор автором	–	–	–	–	–
2а	заказ автору		ключевой темы		отрезка действительности	отрезка действительности
2б	выбор автором	отрезка действительности	–	отрезка действительности		отрезка действительности
3а	заказ автору		МСС		приоритетной модели социального поведения реципиента	ключевых тем - потенциальных фрагментов МСС
3б	выбор автором	ключевой темы		МСС		ключевых тем - потенциальных фрагментов МСС
4а	заказ автору					приоритетных фактов-деталей
4б	выбор автором	МСС	отрезка действительности	ключевой темы	моделей социального поведения реципиента	приоритетных фактов-деталей
5а	заказ автору					приоритетной МСС
5б	выбор автором	фактов-деталей	фактов-деталей	фактов-деталей	ключевых тем – фрагментов приоритетной модели социального поведения реципиента	приоритетной МСС
6а	заказ автором					ключевых тем – фрагментов приоритетной МСС
6б	выбор автором				фактов-деталей	ключевых тем – фрагментов приоритетной МСС

Автор текста СМИ, как профессионал, должен знать, что именно он ищет в действительности; он должен моделировать локальный контекст действительности в соответствии с типовой прагматикой и типовыми смыслами данного контекста.

Весь процесс моделирования действительности может быть построен как определенная последовательность действий-операций с элементами содержания (отрезок действительности, факт, МСС, ключевой элемент МСС). ЦУТ определяет последовательность действий-операций в деятельности по созданию конкретного текста СМИ, и каждая такая последовательность становится компонентом прагматического содержания в текстах СМИ. В прагматической ситуации, как мы отмечали ранее, нужно учитывать не только авторские интенции, но и весь комплекс мотивов лиц, участвующих в производстве конкретного текста СМИ. В связи с этим правильнее говорить не о замысле автора текста, а о комплексе «заказ-выбор смыслов», где «выбор» зависит в большей степени от субъекта-автора (компетентности, мотивации, профессиональных и организационных возможностей и т.д.), а «заказ» – от внешних сил, способных влиять на субъекта-автора и передавать ему свои интенции в отношении текста. Комплекс «заказов» и «выборов» обусловлен одной из пяти ЦУТ и представляет собой определенную повторяемую последовательность операций. Каждой из пяти ЦУТ соответствует также: ведущий тип (типы) МСС; ведущая структура (структуры) МСС; ведущий характер связи между фактами, реализующими МСС.

Мы выделяем 5 этапов деятельности автора по созданию текста СМИ.

- 1-й этап, вводный. Этап овладения контекстом. Моделируется действительность журналиста в профессиональных контекстах. Автор систематически изучает контекст своей профессиональной действительности на основе МСС; изучает базы данных контекста и систему навигации по этим базам, включающую: структуру хранения, маркировку материалов, виды поиска и представление результатов и т.д.

- 2-й этап, подготовительный. В начале работы над содержанием конкретного текста моделируется деятельность журналиста по созданию прагматического содержания конкретного текста СМИ в соответствии с таблицей 2. Определяются: компоненты прагматической ситуации текста, ЦУТ и последовательность действий для перехода от целей к продукту деятельности – прагматическому содержанию в текстах СМИ.

- 3-й этап, моделирующий. Этап отбора смыслов действительности. Моделируется действительность конкретного текста. В соответствии с ПДО из профессионального контекста действительности отбираются смыслы, необходимые для реализации прагматического содержания конкретного текста. Смыслы отбираются как топоры контекста и отдельных МСС – из специальных баз данных.

•4-й этап, выразительный. Этап выражения отобранных смыслов. Моделируется содержание текста в соответствии со сводной моделью базовых элементов текста.

•5-й этап, коммуникативный. Этап коммуникативного оформления содержания текста. Моделируются прагматические функции фрагментов текста, решаются задачи коммуникации с реципиентом, необходимые для реализации прагматического содержания.

Список литературы

1. Грабельников А.А. Основы организации и техники производства журналистских текстов. – М. : УДН, 1983. – 49 с.
2. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М. : РГГУ, 1999. – 382 с.
3. Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М., 2003. – С. 67–74.
4. Мильман В.Э. Компоненты и уровни в функциональной структуре деятельности // Вопросы психологии. – 1991. - № 1. – С. 78–79.
5. Шабельник А.В. Реализация частных топосов в средствах массовой коммуникации // Знание. Понимание. Умение. – 2010. – № 2. – С. 242–247.

Рецензенты:

Курцева З.И., д.п.н., доцент, профессор ФГБОУ ВПО «Московский педагогический государственный университет», г. Москва;

Щербинина Ю.В., д.п.н., доцент, профессор кафедры риторики и культуры речи филологического факультета Института филологии и иностранных языков Московского педагогического государственного университета, г. Москва.