

Символы и знаки в медиатекстах, их интерпретация и восприятие

В.С. Петрова

Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

Обоснование. Медиатексты, являясь сложными семиотическими системами, пронизаны символами и знаками, активно формирующими восприятие аудитории, влияя на интерпретацию информации, ценности и, в конечном счете, поведение. В силу этой значительной роли, обоснована необходимость глубокого изучения механизмов функционирования этих знаковых систем.

Цель — комплексное изучение природы и классификации символов и знаков в различных медиаформатах, начиная от печатных СМИ и заканчивая телевидением и Интернетом. Важной задачей является выявление факторов, определяющих интерпретацию и восприятие этих символов и знаков аудиторией, учитывая когнитивные процессы, такие как внимание, память и мышление, а также влияние культурного контекста, социальных факторов, таких как возраст, пол и образование, и индивидуальных особенностей аудитории. Исследование также направлено на определение многообразия функций, выполняемых символами и знаками в медиатекстах, включая информационную, эмоциональную, убеждающую, идентификационную и развлекательную. Особое внимание будет уделено изучению манипулятивного потенциала символов и знаков, используемых в политической рекламе, пропаганде и других формах коммуникации, а также их роли в формировании стереотипов и проявлениях символического насилия.

Методы. Методологически исследование будет опираться на анализ семиотических систем, представленных в медиатекстах, а также на изучение когнитивных процессов, связанных с восприятием медиаконтента. Важным этапом является анализ влияния культурного контекста и различных социальных факторов на интерпретацию знаков. Кроме того, будет проведен анализ примеров манипулятивного использования символов и знаков в различных контекстах.

Результаты. В результате исследования ожидается выявление ключевых символов и знаков, используемых в различных медиаформатах, а также определение степени влияния различных факторов на интерпретацию символов и знаков аудиторией. Будет проведена классификация функций символов и знаков в медиатекстах, а также дана оценка манипулятивного потенциала символов и знаков в различных контекстах. На основе полученных результатов будут сформулированы рекомендации по развитию медиаграмотности.

Выводы. В заключение следует отметить, что осознание механизмов воздействия символов и знаков в медиатекстах является необходимым условием для формирования осознанного медиапотребления, развития критического мышления и предотвращения манипуляций. Дальнейшие исследования в данной области представляются необходимыми для глубокого понимания динамики влияния медиа на общество в условиях постоянно развивающегося медиаландшафта, а также для формирования этической ответственности медиапроизводителей.

Сведения об авторе:

Виктория Сергеевна Петрова — студентка, 1 курс, факультет цифровой экономики и массовых коммуникаций, группа-PCO-41; Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия. E-mail: petrovav287@gmail.com