Александр Викторович Рожков

Казахский национальный университет им. аль-Фараби (Республика Казахстан, Алматы)

Rozhkov.A.W@yandex.kz

**Отраженное разнообразие журналистских текстов**

Журналистский материал ориентирован на тиражирование и распространение сведений, затрагивающих все сферы человеческой деятельности, но чаще всего тексты становятся медийным событием только в результате обработки фактов журналистами, а далее они по-разному интерпретируются аудиториями.

Ключевые слова: журналистика, интерпретация, реципиент, текст, чек-лист.

Восприятие любым индивидуумом медиа в печатном виде и с цифрового носителя в конечном счете сводится к его пониманию смыслов, представленных журналистами, хотя оба используемых способа имеют структурно-функциональные отличия. Восприятие предполагает структурирование, анализ и оценку данных, интерпретация в большинстве случаев безусловна, когда действует эффект преднастройки читающего. В журналистcкой деятельности упор делается на представлении конкретных фактов как на универсальном способе отражении действительности.

Уже во второй половине XX в. французский мыслитель Ж. Бодрийяр констатировал, что «необработанное событие не подлежит потреблению и, только будучи отфильтрованным СМИ, становится доступным потреблению» [1: 40]. При этом немецкий исследователь журналистики К. Маст доказала и получила поддержку коллег, что «лишь 1% всех событий может попасть в СМИ» [3: 138]. На полосы, сайты, в эфир добираются лишь самые важные факты, за рамками СМИ остается все остальное. Интерпретация, в утверждении французского философа П. Рикера, «состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении» [5: 18]. Хотя изменяются и приемы доверия и преднастройки аудитории, поскольку общество сталкивается с большим количеством дезинформации, «созданием негативного образа событий и людей» [4: 20]. Тем не менее, мы все, как считает польский исследователь Г. Хабрайска, используем «значения, записанные и сохраненные в нашей памяти, позволяющие нам понимать новые тексты» [2: 187].

Для выявления интерпретации смысловых доминант магистранты и докторанты образовательной программы «Международная журналистика» КазНУ имени аль-Фараби провели эксперимент с использованием чек-листа, отобрав шесть материалов с сайта издания «Аргументы и факты Казахстан». Оно позиционировано как гибридное СМИ, т.е. печатный еженедельник и сайт.

Заполнение чек-листов было организовано в Алматы и в Астане с интервьюируемыми в возрасте от 25 до 44 лет. Предлагалось согласиться или не согласиться с заголовком, лидом, проблемой, позитивным или негативным воздействием, время эксперимента – 2 часа. Заранее журналисты-авторы материалов также все заполнили чек-листы и дополнительно указали основной смысл, который сами вложили в публикацию.

По итогам несовпадение в оценке интервьюируемых и эталонных чек-листов в заголовках составило 57 процентов, лидах – 23 процента, проблеме – 9 процентов, позитивном или негативном воздействии – 4 процента. Также в результате опроса журналистов редакции «АиФ Казахстан» выяснилось, что авторы регулярно получают сообщения о различии в интерпретации опубликованных материалов, в основе которых наличие другой информации и собственная позиция читателя по обсуждаемой проблеме.

Таким образом было продемонстрировано, что журналистский текст был и остается живой структурой, но он подвержен исследованными учеными влияниям, а также невозможностью установить эксплицитные и эмплицитные гандикапы в сознании отдельного реципиента.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.

2. Мельник Г. С., Тянь Ц., Гурушкин П. Ю., Дягтерева О. В. Функции СМИ: эволюция и интерпретация понятий // Litera. № 12. 2024. С. 12–23.

3. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. М., 2008.

4. Habrajska G. Interpreting Texts in Various Discourses // Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica. Vol. 3, Iss. 54. Pp. 187–208.

5. Mast C. ABC des Journalismus. Konstanz, 2008.