

## ВІД АВТОРКИ

Яскравість, соковитість, мультимедійність як інформаційно-аналітичних, так і публіцистичних текстів та супровідних явищ у сучасних мас-медіа роблять самі медіа радше елементом інтелектуальних розваг, аніж підґрунтям чи тим паче продуктом серйозного трактування подій та явищ сьогодення. Сучасна масова комунікація, все чіткіше й однозначніше проводячи межу між демонстраційними характеристиками комунікаційного продукту за принципом он-лайн чи оф-лайн, поза увагою аудиторії залишає як *серйозні* теми і проблеми, так і *серйозність* підходів до їх висвітлення. «Аналітичні розваги» українська дослідниця Оксана Косюк розглядає як необхідні складники створеної за принципом infotainment естетико-комунікативної цілісності, в основу якої покладено спілкування універсальною мовою вторинних знакових систем.

Водночас за ефектними обгортками подач (дуже часто штучними, створеними з метою відволікання уваги аудиторії) може ховатись глибинний сенс примітивізації контенту. Відомого принципу єдності форми та змісту в сучасній мультимедійній діяльності масової комунікації не дотримуються, що і створює ілюзію легкості в доступності та розумінні того, про що йдеться у повідомленнях.

Насправді ж це зовсім не так.

За словами американського науковця Девіда Меррілла, нерозуміння, недовіра аудиторії до мас-медіа виникають тому, що інформаційний потік переважно надто поверховий та орієнтований на сенсації, розваги чи, навпаки, життєві драми. Багато робиться для того, аби аудиторія мас-медіа забула про найгостріші та вкрай серйозні проблеми сучасного світу. Що, своєю чергою, ускладнює соціалізацію аудиторії, дезорієнтовує її. Отже, проблема відповідності змісту запитам і потребам аудиторії існує. Досвід роботи масової комунікації за сучасних умов створив майданчик для реальних:

- 1) градації повідомлень за чіткими типологічними та змістовими ознаками;
- 2) стратифікації аудиторії залежно від очікувань змістового наповнення мас-медіа.

Сучасний стан журналістики, за влучним висловом голландця Тен Ван Дейка, потребує розуміння прагматичного контексту, соціальної ситуації та конвенціональних настанов. Українська дослідниця Надія Зелінська, взагалі використовуючи влучний вираз «поетика приголомшеного слова» і говорячи про наукові тексти, однозначно наполягає на поєднанні інтерпретацій та контекстів; без них неможлива будь-яка жива зацікавленість аудиторії тими темами і подіями, про які йдеться в текстах.

Отже, чіткість факту, яким би логічним, емоційним чи віртуальним контекстом він не супроводжувався б, є інтелектуальною основою серйозної журналістики та аналітичних спроможностей мас-медіа. Контекстний чинник діяльності мас-медіа є сутністю повідомлень, а тому усю їхню діяльність можна вважати дискурсом. Це означає, що усі тексти, які містяться в медіа, варто вивчати крізь призму як змістового, так і контекстного навантаження.

Документальність факту залишається елементом чесності журналістської праці, фактором поваги аудиторії та довіри до джерела повідомлення. Втім, масова комунікація в силу своєї здатності зацікавити та задовольнити максимально велику кількість споживачів комунікаційного продукту не може обмежуватись документальною сухістю. Інтерпретація – ось основа діяльності масової комунікації (а надто – мас-медіа), яка, власне, і гарантує цій ланці соціальної сфери суспільства очікуваний інтерес десятків мільйонів людей.

У монографії розкрито ключові чинники взаємозалежності між документальною фіксацією реальних фактів і подій та ступенем й можливістю інтерпретацій цих фактів та подій авторами матеріалів у мас-медіа. В основу розвідки покладено результати аналізу теоретичних опрацювань цієї проблеми, здійснених представниками комунікативістики, соціології, філософії та філології, а також наукові гіпотези авторки цієї книги.

Від усього серця висловлюю подяку колегам по Національному університету «Львівська політехніка», а надто професорові А.М. Пелецишину за цінні рекомендації, більшість яких було враховано під час написання книги. Щире спасибі рецензентам монографії, поради та думки яких з приводу тексту були для мене дуже корисними.

*Марія Комова*