

## АПЕРЦЕПЦІЯ МЕДІЙНОГО ТЕКСТУ

Сучасне сприйняття навколишньої дійсності та самого себе – це входження людини в реальний і віртуальний світи. Враження, в тому числі від ЗМІ, зумовлені змінами в навколишньому світі. У зв'язку з глобальними змінами в комунікативних процесах в останні роки стала актуальна проблема дослідження медіатексту. В умовах конкуренції з віртуальною мережею, текст перестає бути просто текстом. Він стає медіатекстом (від латинського «*media*» – засіб, спосіб, посередник). Текст визначається як інформаційний простір, в якому для простоти і легкості сприйняття, взаємодіють різні елементи: текст, інфографіка, анімація, звукові ефекти, візуальні образи. Темп сучасного життя з його технологічним комфортом став настільки швидким, що люди не хочуть занадто довго на чомусь зупинятися і сприймати інформацію у вигляді суцільного порядку слів.

Правильність сприйняття медіатексту забезпечується не тільки засобами мови і оформленням тексту, а загальним фондом знань та досвіду, культурою кожної конкретної людини. Фонові знання – це знання реалій і культури, якими володіють автори медіатексту і користувачі. Для повного сприйняття медіатексту необхідний широкий культурний контекст, він створює загальний фонд знань. Для адекватного сприйняття тексту необхідний інформаційний фонд, єдиний для автора тексту і його користувачів. Це основа для сприйняття медіатексту, але й змістовне наповнення повинно викликати цікавість та бажання прочитати. Для цього медіатекст повинен бути хоча б пізнавальним і містити деяку кількість знань.

Будь-який текст розрахований на чиесь сприйняття: письменник та історик публікують для нащадків, вчений (колектив) – для колег своїй галузі знань. Людина, що пише в щоденник, пише – для себе. Це теж певна адреса. Тому будь-який текст має дунаправленність: на автора-творця або колектив, на сприймаючого читача. З погляду інформації, текст сприймається як інформаційна єдність. З точки зору психології, текст – творчий акт автора з певною метою, продукт мовомислення людини. Автор, швидше за все, вкладає один, йому зрозумілий, сенс в твір, але тлумачень може бути багато. Різні люди знаходять в медіатекстах різний сенс, співзвучний своєму сприйняттю світу.

Сприйняття медіатексту означає взаємовплив особливостей культури автора і структурної організації твору, дає перспективу для подальшого дослідження медіа картини нашого світу. Підводячи підсумки аналізу сприйняття медіатекстів, можна сказати, що цей процес виступає в якості засобу самовизначення людини в різних сферах його життєдіяльності.

*Науковий керівник: Осадча О.С., викладач*