

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Глухівський національний  
педагогічний університет імені Олександра Довженка

Альона Плугіна  
Людмила Бірюк

# **СЛОВНИК-ДОВІДНИК з медіа-освітньої діяльності**

*Навчальний посібник  
для студентів  
спеціальності 013 – Початкова освіта*

СУМИ  
2018

УДК 37:004](03)(075)

П 40

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Глухівського національного педагогічного університету  
імені Олександра Довженка  
(протокол № 12 від 27.06.2018 р.)*

***Автори-упорядники:***

Плугіна Альона Петрівна  
Бірюк Людмила Яківна

***Наукові рецензенти:***

**Собко В. О.** – кандидат педагогічних наук, доцент;  
**Пішун С. Г.** – кандидат педагогічних наук, доцент.

**Плугіна А.П., Бірюк Л. Я.**

**П 40** **Словник-довідник з медіа-освітньої діяльності:** навчальний посібник. –  
Суми : Вінніченко М. Д., 2018. – 152 с.

**ISBN 978-966-1569-21-7**

*У посібнику зроблена спроба пояснити основні терміни медіа-освітньої діяльності. Словник-довідник містить систему операційних понять сучасної медіа-освіти. Пропоноване видання полегшить опанування майбутніми вчителями початкових класів теоретико-методичних засад підготовки майбутніх учителів початкової школи до формування медіа-освітніх умінь, розширить ерудицію викладача, а студентам допоможе організувати цілеспрямовану самостійну роботу в процесі професійної підготовки.*

*Посібник має важливе практичне значення в організації та проведенні дослідно-експериментальної роботи, інноваційної діяльності. Розрахований для використання викладачами, студентами, аспірантами, вчителями, а також усіма, хто цікавиться проблематикою медіа-освіти, новітніх медіа та комунікаційних технологій.*

**УДК 37:004](03)(075)**

**ISBN 978-966-1569-21-7**

© Плугіна А. П., Бірюк Л. Я., 2018.

© Вінніченко М. Д., 2018.

## ЗМІСТ

ОСНОВНІ УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ .....	4
ПЕРЕДМОВА .....	5
А .....	7
Б .....	16
В .....	19
Г .....	27
Д .....	30
Е .....	36
Ж .....	39
З .....	40
І .....	44
К .....	56
Л .....	69
М .....	71
Н .....	95
О .....	97
П .....	101
Р .....	111
С .....	116
Т .....	128
У .....	137
Ф .....	138
Х .....	144
Ц .....	146
Ч .....	148
Ш .....	149
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	150

## **ОСНОВНІ УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ**

англ. – англійська;  
гавайс. – гавайська;  
грец. – грецька;  
ЗМІ – засоби масової інформації;  
ін. – інший;  
нім. – німецька;  
лат. – латинська;  
фр. – французька.



*Уточнюйте значення слів, і Ви звільните людство від половини помилкових вчинків.*

**Рене Декарт,  
французький філософ**

## **Передмова**

Сьогодні дуже активно розвиваються інформаційні технології, перед людиною постає гостра необхідність оперувати великою кількістю інформації, відбирати найнеобхідніше та відкидати непотрібні елементи, не витрачаючи на це надто багато часу. Інформатизація суспільства набуває все більших масштабів, тому важливо правильно вміти працювати з медіа-ресурсами. Сучасна людина для успішної життєдіяльності не може стояти осторонь інформативних потоків.

Сьогодні медіа-галузь потребує потребує усебічно обізнаних фахівців, готових працювати оперативно, з вільним використанням цифрової техніки. Необхідними трансформаціями навчального процесу є введення до нього нових дисциплін, відповідних новітнім вимогам, а також розроблення та унормування української термінології, пов'язаної з лексико-семантичними полями новітніх інформаційно-комунікаційних явищ і технологій.

Нині професійний інтерес дослідників до медіа-освіти полягає не лише у створенні численних різножанрових наукових творів, а також і у спробах представити систему понять, операційних для медіа. Важливість створення таких праць є очевидною – стрімке зростання інформації в сучасному соціумі, переформатування наявних джерел і способів передавання інформації, поява нових носіїв інформації і, відповідно, жанрів – все це вимагає фахового струк-

турування понять. Для ефективної фахової підготовки майбутніх учителів початкової школи необхідним є вироблена система понять і термінів, з якими працюватимуть молоді дослідники.

Завдання запропонованого нами словника-довідника з медіа-освітньої діяльності полягає у тому, щоб зібрати та узагальнити, наскільки можливо, найважливіші поняття медіа-освіти, систематизувати їх та подати коротку характеристику до кожного. Маємо надію, що наш посібник полегшуватиме формування медіа-освітніх умінь у майбутніх учителів початкової школи, підвищить результативність засвоєння знань, сприятиме усвідомленню незрозумілих або невідомих понять та термінів.

У процесі відбору термінів та понять для означеного видання використовувалися різноманітні монографії, навчальні програми, підручники, методичні посібники, наукові збірники та статті з періодичних видань, що містять новітню медіа-освітню лексику.

Словник-довідник побудовано за класичним алфавітним принципом. Терміни та наукові поняття представляють основну проблематику медіа-освітньої діяльності, її методи. У разі уточнення змісту поняття, роз'яснення наводиться через крапку з комою.

Особливістю словника є спеціалізоване пояснення деяких загальнонаукових понять, у тих випадках, коли автори вважали за необхідне уточнити термін, наприклад, *алгоритм* (у медіа), *опис* (у медіа), *оповідь* (у медіа), *покликання* (у медіа) тощо.

У окремих поняттях представлено іншомовні аббревіатури, що традиційно не перекладаються і в сучасній інформаційній сфері (передусім, Інтернеті), відтворюються автоматично, наприклад, *word-Press*, *HTML*, *e-mail*, *3D-технології*, *FTP*, *gopher*, *www*, *CD* тощо.

Словник-довідник розраховано на викладачів, студентів, аспірантів, вчителів, а також усіх, хто цікавиться проблематикою медіа-освіти, новітніх медіа та комунікаційних технологій.

# А

**Аватар** (англ. Avatar) – невелике зображення, що представляє і публічно позиціонує користувача в інтернет-комунікації. Аватар може мати різноманітні форми: фотографії, двовимірного зображення (на веб-форумах, месенджерах, чатах, порталах, блогах, у соціальних мережах); тривимірної моделі (масові багатокористувацькі онлайн ігри); тексту (було поширено в епоху текстових MUD-ігор). У ньому зазвичай відображені темперамент, особистісні риси користувача, що слугує створенню певного враження у його співрозмовників.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 326.

**Авторство** – приналежність медійного тексту автору; факт створення конкретною особою (індивідуальне авторство) або групою осіб (колективне авторство) оригінального медійного тексту, що представлений на паперових або електронних носіях (відповідний фіксований текст, зображення, відеоряд, інша інформація). Визнання авторство регулюється авторським правом і передбачає збереження та регламентоване відтворення авторських текстів (творів), умов їх тиражування й / або репродукування, публікації та поширення в ЗМІ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 17.

**Агентство медійне** – організація, що займається виробництвом, розповсюдженням і продажем медіа-текстів (газет, журналів, фільмів, теле / радіопередач, інтернет-сайтів, реклами тощо), збором, обробленням медійної інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 7.

**Агітація** – друкована та електронна, усна та писемна діяльність, що впливає на свідомість суспільства з метою спонукання його до активних соціальних дій.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 19.

**Адресант** (у медіа) – той, хто адресує, розсилає в медіа-сфері медійну продукцію – інформаційні листи, прес-релізи, анонси тощо.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 20.

**Адресат** (у медіа) – той, кому адресується медійна продукція – друкована, електронна, рекламна. В мас-медіа адресатом називають потенційного реципієнта, кому адресується друкований, радіо-, теле- та Інтернетпродукт.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014., С. 20.

**Адресат медіа** – передбачувана (цільова) аудиторія, на яку розрахований той чи інший медіа-текст.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 7.

**Адресат медіа-освіти** – школярі, студенти, вчителі, викладачі, працівники медіа-сфери (медіа-теки, навчальне телебачення тощо) й інші групи населення.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 7.

**Айдентика електронного видання** – сукупність прийомів художнього та технічного дизайну, за допомогою яких створюють оригінальне видання – не тільки естетичне, а й «комунікативне», що сприймається як індивідуальний візуальний концепт.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 326.



**Ай-трекінг** (від англ. Eye track – траєкторія ока) – інноваційна технологія, що застосовується для вивчення сприйняття візуальних засобів комунікації споживачами.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 326.

**Аккаунт** (англ. Account – рахунок) – обліковий запис, що містить дані, необхідні для ідентифікації та авторизації користувача на веб-сайті: ім'я користувача (логін), параметри облікового запису (поштова скринька, пароль, стат'я, національність, права та привілеї), лог відвідування та активності на ресурсі тощо).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 327.

**Аккаунт** – запис під час реєстрації Інтернет-ресурсу; реєстраційний запис у мережі Інтернет.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 20.

**Активация** (у медіа) – індивідуальне чи групове (аудиторне) поживлення, що залежить від тих чи інших типів інформації, форм і засобів її передачі. Активация залежить від складу аудиторії, її соціально-демографічних, культурно-освітніх, професійних, вікових та психологічних характеристик. Використання даного поняття дозволяє визначати умови досягнення максимальної ефективності ЗМІ; часто використовується також у соціології.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 20.

**Активізація пізнавальної діяльності** – така організація пізнавальної діяльності, коли навчальний матеріал стає предметом активної мисленнєвої і практичної діяльності студента.

Подоляк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. 360 с.

**Алгоритм (у медіа)** – порядок виконання операцій, що застосовуються під час аналізу способів моделювання різних інформаційних текстів чи програм зі стереотипних сюжетно-жанрових компонентів, повторюваних із варіаціями, що не впливають на основні структурні атрибути медійного тексту чи програми.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 21.

**Алюзія** (фр. Allusion від лат. alludere – жартувати, натякати) – творчий прийом, який полягає в натяку, асоціації або в чіткій вказівці на відомий витвір мистецтва, загальновідоме явище, історичних, літературних та інших персонажів. Це експлікована «цитатна форма», що містить очевидне, незавуальоване посилання на оригінал. У графічному дизайні прийом алюзії простежується у використанні акцидентних шрифтів, пересмисленні композиційних елементів тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 328.

**Аналіз інформації** – вивчення, трактування інформації того чи іншого виду.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 9.

**Аналіз медіа-тексту** – вивчення, трактування медіа-тексту того чи іншого виду і жанру.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 9.

**Аналіз персонажів медіа-тексту** – аналіз характерів, мотивів поведінки, ідейних орієнтацій, вчинків / дій персонажів медійних текстів різних видів і жанрів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 9.

**Аналогове проектування** – проектування за аналогом чи прототипом, під час якого невідома ситуація зводиться до відомого вирішення подібних завдань, водночас результат проектування мінімально змінює уявлення про відомі рішення. Широко використовується у процесі створення електронних видань шляхом співвіднесення із традиційними ЗМІ, існуючими успішними новітніми медіа тощо, які при цьому відіграють роль певних еталонів, зразків для наслідування.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 329.

**Анімація** (фр. Animation – оживлення, одухотворення) – технічні прийоми отримання рухомих зображень, ілюзій руху чи зміни форми (морфінг) об'єктів живої та неживої природи. З огляду на психофізіологічні особливості людського візуального сприйняття, для створення ефекту плавного руху під час перегляду швидкість зміни кадрів повинна бути не меншою, ніж 18 кадрів на секунду.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 329.

**Аргументація** – процес обґрунтування в пресі певного положення (твердження, гіпотези, концепції) з метою переконання аудиторії в його істинності. Аргументацію поділяють на наукову, юридично-правову, образно-емоційну, морально-етичну та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 24.

**Архітектоніка видання** (від грец. *ἀρχιτεκτονική* – будівельне мистецтво) – 1) основний принцип побудови видання, зв'язок і взаємозумовленість елементів цілого, їх логічна співвідпорядкованість; 2) система знань про побудову видання як єдиного цілого, наука про інтегральний взаємозв'язок основних його елементів. Аналіз архітектоніки видання передбачає оцінку конструктивності, логічності його оформлення, структури видання в цілому, і цим вона відрізняється від композиції – власне побудови окремих частин, образів, деталей. Архітектоніка поєднує змістовий, структурний і зображальний аспекти видання через систему рубрикації, змістові та конструктивні зв'язки, взаємовідносини текстового та зображального матеріалу, відображені у макеті видання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 330.

**Архітектонічність видання** – його органічна єдність, цілісність, досконалість, гармонія; наявність стрункого і чіткого макету, в якому елементи об'єднуються за законами співмірності, симетрії та пропорційності. Архітектонічність видання залежить від: досконалості внутрішнього змісту і форми вираження, взаємозв'язку внутрішнього змісту і форми вираження; інформативності форми; естетичності художнього вираження змісту і форми вираження.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 330.

**Асоціація** – процес, за якого виникає смисловий зв'язок між образами і уявленнями медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 11.

**Аудиторія інтернет-ЗМІ** (лат. auditorium, від audio – чую) – загальна назва й кількість споживачів інформації інтернет-медіа. Характер аудиторії є одним із типотвірних чинників ЗМІ.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 331.

**Аудиторія інформаційна** – диференційовані за різними ознаками (віковими, соціальними, освітніми, расовими, гендерними, національними й ін.) групи людей, що контактують з інформацією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Аудиторія медійна** – диференційовані за різними ознаками (віковими, соціальними, освітніми, расовими, гендерними, національними й ін.) групи людей, що контактують з медіа-текстами

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Аудіо** – електронна апаратура, спеціальні плівки, касети і диски, що дають можливість записувати і прослуховувати аудіо тексти в різних форматах

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 11.

**Аудіоверсія тексту** – начитаний диктором або електронним диктором текст повідомлення.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 331.

**Аудіовізуальна інформація** – інформація, що одночасно сприймається слухом і зором.

Левківський К. М., Іванов В. Ф., Даниленко В. І., Мележик В. П., Волошенко О. В., Мороз В. О.: навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). – Київ, 2011.

**Аудіовізуальні засоби навчання** – технічні засоби і медіа-тексти, призначені для зорового і слухового впливу і сприйняття в освітньому процесі.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Аудіоілюстрація** – фрагмент аудіозапису, що пов'язаний із певною частиною тексту. Може бути незакінченим, мінімально коротким (2-3 сек.). Ілюструє ту частину повідомлення, де звукова складова несе смислове чи емоційне навантаження.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 332.

**Аудіомонтаж** (від лат. audio – чую, слухаю та фр. montage – підйом, підіймання) добір та об'єднання окремих фрагментів аудіозаписів у закінчену радіопередачу, пісню, саундтрек тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 332.

**Аудіослайд-шоу** (від лат. audio – чую, слухаю; англ. slide – ковзання, послизнутися та англ. show – показ, вистава) – синтетичний жанр, який об'єднує аудіо- і фотоматеріали. Готовий медіа-продукт уявляє із себе озвучену фотоісторію. У начитаний автором текст можуть залучатися також інтершум, звукові ефекти, аудіоцитати. Таким чином створюються численні плани сприйняття подій і фактів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 332.

**Аудіосприйняття** – здатність людини до виявлення в медіа-тексті смислових, образних взаємозв’язків між одиницями звукового ряду; відчуття атмосфери почуттів, значень, асоціацій; визначення свого ставлення до системи поглядів авторів медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Аудіосюжет** (від лат. audio – чую, слухаю та фр. sujet – предмет) – осмислений і зрежисований аудіозапис невеликого формату. Містить текст, начитаний диктором, а також цитати ньюсмейкера, інтершум. Оптимальна тривалість аудіосюжету в мультимедійній замітці не більше, ніж 60 сек.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 332.

**Аудіотекст** – повідомлення (радіопередача, звукозапис й ін.), викладене в будь-якому вигляді і жанрі, призначене для слухового сприйняття аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Аутентифікація** – методика встановлення автентичності інформації виключно на основі аналізу внутрішньої структури самої інформації, незалежно від її джерела.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 27.

# Б

---

**База даних** – поименоване і логічно впорядковане зібрання текстової, звукової, зображальної чи іншої інформації, пов'язаної з певною предметною областю. У базі даних інформація зберігається в довільній формі, нині найчастіше – в електронній. Призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів. Головні вимоги до бази даних: актуальність, повнота, вірогідність.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 333.

**Банер** (англ. banner) – графічне зображення або текстовий блок рекламного характеру, що є гіперпосиланням на веб-сторінку з розширеною інформацією про певний товаропродукт або послугу. Банер розміщують на веб-сторінках для залучення відвідувачів, потенційних клієнтів або для формування іміджу компанії, що пропонує рекламу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 28.

**Банер анімований** – особливий спосіб, презентації рекламної інформації на Інтернет-сторінці у вигляді анімованого зображення, що передбачає динамічну актуалізацію у свідомості реципієнта рекламного об'єкта та відповідної компанії, що її рекламує.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 28.

**Бачення авторське** – позиція автора щодо інформаційного матеріалу, відтвореного в конкретному медіа-тексті. Реалізується в екстра- й інтралінгвальних критеріях його побудови. Йдеться про логічне, смислове акцентування на важливих для автора позиціях, відтворене в семантиці слів, особливому конструю-



ванні синтаксичних одиниць та ін., що передбачає апеляцію до читача / слухача.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 28.

**Безпека інформаційна** – здатність держави, суспільства, соціальної групи, особистості забезпечити з необхідною ймовірністю достатні й захищені інформаційні ресурси і потоки для підтримки життєдіяльності, сталого функціонування і розвитку відповідного структурного освіти.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Безпека комп'ютерна** – комплекс програмних й організаційних засобів для протидії шкідливим впливам (комп'ютерним вірусам й ін.).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 12.

**Безпека медійна** – здатність держави, суспільства, соціальної групи, особистості забезпечити достатні й захищені медійні ресурси і потоки для підтримки життєдіяльності, сталого функціонування і розвитку відповідної структурної освіти.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 13.

**Блог** – мережевий щоденник одного або кількох авторів, що складається із записів у зворотньому хронологічному порядку. Блоги за авторським складом поділяються на особисті, групові (корпоративні, клубні), громадські (відкриті), за змістом – тематичні або загальні, за розміщенням – мережеві та автономні. Найпопулярнішими в українському медійному просторі є блоги відомих журналістів, політиків, громадських діячів та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 30.

**Блогосфера** – сукупність усіх блогів як співтовариство чи соціальна мережа. Блогосфери зазвичай виокремлюють за національним чи мовним принципом.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Брандмауер** (нім. Brandmauer) – система або комбінація систем, що дозволяє розділити мережу на дві або більше частин і реалізувати набір правил, що визначають умови проходження пакетів інформації з однієї частини в іншу. Зазвичай межа проводиться між локальною мережею організації та Інтернетом, хоч її можна провести й всередині локальної мережі організації. Брандмауер таким чином пропускає через себе весь трафік.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Браузер** (англ. Browser – переглядач) – програма, призначена для пошуку та перегляду ресурсів Інтернет. Надає інтерфейс між користувачами і веб-сайтом, відображає вміст сторінок. Серед популярних браузерів: Internet Explorer, Opera, Mozilla Firefox, Apple Safari, Google Chrome. Практично всі вони розповсюджуються безкоштовно.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Брифінг** – інформаційний жанр мас-медіа, зреалізований у форматі повідомлення, яке робиться офіційною особою, високопосадовцем, представником уряду, міжнародних організацій, комерційних структур та ін. для представників засобів масової інформації. Основна мета брифінгу – інформування населення про важливі події, хід міжнародних переговорів, конференцій, симпозіумів, семінарів, пропозиції та погля-

ди учасників і досягнуті результати в контексті вирішення суспільно-політичних проблем.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 32.

## В

---

**Веб** (англ. WEB – від World Wide Web – Всесвітня павутина) – єдиний інформаційний простір, що складається із мільйонів взаємозв’язаних гіпертекстових електронних документів, що зберігаються на веб-серверах. Більшість ресурсів всесвітньої павутини уявляють собою веб-сторінки.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 334.

**Веб-дизайн** (англ. Web Design) – різновид дизайну, завданням якого є проектування веб-сайтів. Веб-дизайнери створюють логічну структуру веб-сторінок, продумують найзручніші рішення подачі інформації, а також займаються художнім оформленням веб-проекту.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Веб-сайт** (англ. Website від web – павутина, мережа і site – місце, сегмент, частина в мережі) – сукупність веб-сторінок, об’єднаних темою, дизайном, взаємопов’язаних гіперпосиланнями, що знаходяться на одному й тому ж веб-сервері й доступні в Інтернеті через протоколи HTTP / HTTPS. Веб-сайт має власника й адресу (URL).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича

справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Веб-сторінка** (від англ. web – мережа) – інформаційний ресурс, доступний у мережі Інтернет, який можна переглянути у веб-браузері. Зазвичай, ця інформація записана в форматі HTML або XHTML, може містити гіпертекст із навігаційними гіперпосиланнями на інші веб-сторінки. Веб-сторінки зберігаються на локальному комп'ютері або надходять із віддаленого веб-сервера.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 335.

**Ведучий** – той, хто повідомляє новини, організатор бесіди в ефірі (радійному, телевізійному, в Інтернеті), інтерв'ю, ток-шоу; комунікатор, модератор; журналіст.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 34.

**Вербальний дизайн** – словесно сформульоване вирішення виробничої чи соціально-культурної проблеми шляхом концептуального дизайну, нон-дизайну, дизайн-концепції та дизайн-програми.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 336.

**Верифікація** – процес перевірки достовірності інформації шляхом вивчення її джерел та надійності. Верифікація відбувається в різних формах, найчастіше використовується в медіа-розслідуваннях, а також у сфері політичних інформаційних повідомлень.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 34.

**Версія** – сучасний аналітичний жанр медіа. Версія – це безліч рипущень щодо одного й того ж предмета; одне з кількох можливих тлумачень факту, події. Версія виключає категоричність

висновків. Основним фактором, що передує жанру версії, є метод дослідження дійсності, що може виникнути як певне припущення. Мета створення та публікації версії полягає в ознайомленні аудиторії з попереднім результатом дослідження.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 34.

**Взаємодія** (психологічна взаємодія) – процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їх взаємну обумовленість і зв'язок. Кожна з взаємодіючих сторін виступає як причина іншої і, як наслідок, одночасного зворотного впливу протилежної сторони. Це і обумовлює розвиток об'єктів (суб'єктів) і їх структур. Якщо в процесі взаємодії виявляється протиріччя, то воно виступає джерелом саморуху і саморозвитку структур.

Сыбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Висловлювання** – комунікативна одиниця, створена мовцем в процесі мовлення. Висловлювання розглядається в контексті мовленнєвого акту як частина медійного дискурсу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 33.

**Відеоілюстрація** (від лат. video – бачу, дивлюся та лат. Illustratio – освітлення, наочне зображення) – фрагмент відео, пов'язаний з певною частиною тексту, інфографікою тощо. Її призначення – доповнювати, підтверджувати факти, поглиблювати їх розуміння. Відеоілюстрація може бути короткою (від 3 до 20 сек.), не має закінченого сюжету, не містить заставок та реклами.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відеоконференцзв'язок** – це телекомунікаційна технологія інтерактивної взаємодії двох і більше віддалених комунікантів, при якій між ними можливий обмін аудіо- та відеоінформацією в реальному часі з урахуванням передачі даних. Зокрема, відеоконференцзв'язок забезпечується спеціальними програмами – *Skype, ICQ* та ін., що дають можливість спілкуватися за допомогою веб-камери через мережу Інтернет по всьому світу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 35.

**Відеоконференція** – спілкування з обміном звуко- та відео-інформацією, що забезпечує одночасно двосторонню передачу, обробку, перетворення та представлення інтерактивної інформації в режимі реального часу за допомогою апаратно-програмних і технічних засобів. Взаємодію комунікантів у режимі відеоконференція називають сеансом відеоконференцзв'язку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 35.

**Відеомонтаж** (від лат. *video* – бачу, дивлюся та фр. *montage* – підйом, підіймання) – добір й об'єднання окремо знятих фрагментів відео у закінчений відеоролик, кінострічку тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відеоряд** – сукупність відзнятих на камеру кадрів і розташованих у певній послідовності після оброблення відеоматеріалу (монтажу).

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відеосюжет** (від лат. video — бачу, дивлюся та фр. sujet — предмет) — завершене відеоповідомлення, що має свою зав'язку, кульмінацію і розв'язку. На відміну від телевізійного сюжету, відеосюжет в мультимедійному ЗМІ не повинен включати інформацію, що має факультативний характер.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відеохостинг** — сайти, що дають можливість завантажувати і переглядати відео в браузері через спеціальний flash-плеєр. Найбільш відвідуваний відеохостинг — You Tube. На ньому кожен бажаючий може викласти своє відео, переглянути і прокоментувати відео інших користувачів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відеочат** — обмін текстовими повідомленнями в інтерактивному режимі, а також транслявання зображень із веб-камер, що забезпечує заочне спілкування, спроектоване на використання різних технічних засобів. Відеочат часто застосовується на молодіжних телевізійних каналах, напр., на *М1*, *MTV*, *OTV* та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 36.

**Віджет** (англ. Widget) — примітив графічного інтерфейсу користувача, що має простий зовнішній вигляд і виконує певні дії. Слово «віджет» уперше зафіксували в 1926 р. у тому ж значенні, що й «гаджет» — «пристосування, штуковина». Приклади віджетів: кнопка, прапорець, меню, хмарка тегів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 338.

**Відтворення** – виготовлення одного чи більшої кількості примірників твору, відеограми, фонограми в будь-якій матеріальній формі, а також їх запис для тимчасового чи постійного зберігання в електронній (також цифровій), оптичній або іншій формі, яку може зчитувати комп'ютер.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 339.

**Візуальна інформація** – інформація, що сприймається особою органами зору.

Левківський К. М., Іванов В. Ф., Даниленко В. І., Мележик В. П., Волошенюк О. В., Мороз В. О.: навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). – Київ, 2011.

**Візуально-графічна комунікація** – емоційний та, головним чином, смисловий аспект соціальної взаємодії засобами візуально-графічної мови.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 339.

**Вікі-технологія** (від гавайс. wiki-wiki – швидко) – технологія побудови веб-сайту, що дозволяє користувачам через веб-інтерфейс брати участь у колективному процесі редагування його контенту – виправляти помилки, додавати нові матеріали. Вікі-технологія не вимагає використання спеціальних програм, реєстрації на сервері і знання HTML. На базі вікі-технології працює сайт «Вікіпедія» – багатомовна, загальнодоступна, вільно поширювана і редагована енциклопедія, що публікується в Інтернеті.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 339.



**Віртуальна пам'ять** – комплекс програм і запам'ятовуючих пристроїв комп'ютера.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 33.

**Віртуальна реальність** – репрезентація / переосмислення реального світу за допомогою комп'ютера і мультимедійних засобів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Віртуальний візит** – відвідування місць, подій, заходів тощо, що здійснюється за допомогою віртуальних технічних засобів і технологій, переважно Інтернету. Як правило, віртуальні середовища створюються в тривимірному вигляді – 3D. Вони надають користувачеві можливість самостійно вибудовувати маршрут, здійснюючи огляд. Наприклад, віртуальний візит у музей тощо

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 339.

**Вірусний контент** – інформація, що має вірусний характер: нею хочеться відразу поділитися з друзями. Вірусним контентом можуть бути цікаві відеосюжети, статті, музика, ігри тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 339.

**Вірусний маркетинг** (від лат. virus – отрута та англ. marketing) – маркетингова техніка, що використовується для підвищення впізнаваності бренду, стимулювання продажів, суть якої полягає в залученні індивідуума до передачі рекламного повідомлення іншим. У вірусному маркетингу поширювачами рекламної інформації є самі ж її отримувачі. Для їх залучення здійснюють «посів» – вкидають певне повідомлення (меседж): текст, чутку, відео, зображення, флеш-гру, електронну

книгу, програму тощо, яке викликає довіру споживачів. Клієнт, котрий підхоплює такий меседж, передає його кільком своїм знайомим, а ті – своїм. Значну ефективність здійснення вірусного маркетингу має в соціальних мережах.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 340.

**Внутрішня форма видання** – організація його змісту, структура видання, композиційна побудова. Проявляється в членуванні тексту на розділи, підрозділи, інші частини системи рубрикації, у зв'язках, що виникають між ними і забезпечують композиційну цілісність видання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 340.

**Вплив ЗМІ** – процес і результат дій із боку засобів масової інформації, завдяки чому відбувається формування або зміни світоглядів, намірів, уявлень і оцінок у мовній свідомості народу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 36.

**Вплив інформаційний** – різного роду (психологічний, етичний, естетичний, терапевтичний та ін.) вплив інформації на аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 13.

**Вплив медійний** – різного роду (психологічний, етичний, естетичний, терапевтичний та ін.) вплив медіа і медіа-текстів на аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 13.

**Вплив мовленнєвий** – психологічна (вербалізована у слові) дія щодо трансформації внутрішнього світу людини через зміну її

знань, уявлень, що виявляється в поведінці, знаннях, емоційному стані людини, ставленні до соціуму та подій.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 37.

**Вріз** — стисле повідомлення, розміщене в окремому текстовому блоці всередині тексту, виділене графічним способом: декоративними елементами, відмінним форматом, іншою гарнітурою чи кеглем тощо. У змістовому плані вріз — це важливий уривок з основного тексту, інша цитата, коментар фахівця, висновок, додаткова або пояснювальна інформація (статистичні, історичні, біографічні дані). Обсяг врізу варіюється від 100 до 500 знаків із проміжками. У вріз можна винести також зображальну інформацію (фотографію, діаграму, малюнок та ін.), що поглиблює розуміння тексту.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 340.

## Г

---

**Гаджет** (англ. Gadget) — назва класу допоміжних міні-програм — графічних модулів, які розміщуються в робочому просторі відповідної батьківської програми та слугують для прикраси робочого простору, розваги, вирішення окремих робочих завдань або швидкого отримання інформації з Інтернету без допомоги веб-браузера.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 340.

**Газета** – інформаційно-аналітичний жанр медіа, що передбачає системне представлення актуальної інформації про події різного масштабу – регіонального, національного, світового. Особливістю газети є мобільність, загальнодоступність, періодичність, офіційність.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 37.

**Гарнітура** (нім. Garnitur – комплект, набір) – комплект шрифтів різних розмірів, накреслень і щільності, але однакових за характером малюнка.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 340.

**Гіпермедіа** (англ. Hypermedia) – метод дискретного представлення інформації на вузлах, що з'єднуються за допомогою посилань. Дані можуть бути представлені у вигляді тексту, графіки, звукозаписів, відеозаписів, мультиплікації, фотографій. Йдеться про основу для створення нелінійного середовища інформації. Інтернет – це гіпермедіа, де інтерактивність інтегрована з мультимедійністю.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 341.

**Гіперпосилання** – рядок в HTML-документі, що покликається на інший файл, який може бути розташований в Інтернет-мережі та вказує на повний шлях (URL) до цього файлу. Гіперпосилання для користувача – графічне зображення або тексти, розташовані на сайті, в листі електронної пошти, що встановлюють відповідний зв'язок із іншими сайтами Інтернету (як правило, інформаційного, рекламного характеру).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 38.

**Гіперпосилання** (англ. Hyperlink) – активний (виділений кольором чи підкресленням) текст, зображення чи кнопка на веб-сторінці, що внаслідок натиснення (власне активізацію) уможливорює перехід на іншу сторінку чи іншу частину поточної сторінки.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 342.

**Гіпертекст** (англ. Hypertext) – текст, що складається з потенційно нескінченної множини текстів, об'єднаних системою вбудованих гіперпосилань, що дозволяє читати його не лише горизонтально, а й вглибину – за допомогою внутрішніх посилань, сприймати його частини як окремо, так і в загальній гіпертекстовій системі. Поняття гіпертексту тісно пов'язане з Веб (WWW). Хоча гіпертекст використовується не тільки у веб-мережі, наприклад, у певній статті енциклопедії містяться посилання на інші статті.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 342.

**Готовність до інноваційної діяльності** – інтегрована якісна характеристика особистості, що вказує на результат цілеспрямованої підготовки до впровадження інновації, сутнісним показником якої є рівень розвитку професійного потенціалу вчителя-практика.

Мариновська О. Я. Готовність учителя-практика до інноваційної діяльності: технологічний інструментарій. *Електронний збірник наукових праць Запорізького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти*. 2014. № 3 (17). URL: [http://virkafedra.ucoz.ua/el\\_gurnal/pages/vyp17/Marynovska\\_2014.pdf](http://virkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp17/Marynovska_2014.pdf) (дата звернення: 17.03.2017).

**Гратуал** (від лат. gratulatio – виявлення радості, радість) – психологічне переживання віртуальної реальності, а саме відчуття її як реальності більш високого рівня.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 342.

**Графіка** (грец. graphike, від grapho – пишу, маюю) – 1) вид зображального мистецтва, витвір якого – малюнок, виконаний штрихами та лініями, з мінімальним використанням фарб та домінуючим контрастом чорного та білого; 2) друковані художні зображення, в основі яких – такий малюнок.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 343.

**Графічний дизайн** (англ. Graphic Design) – вид дизайну, що займається створенням гармонійного та ефективного візуально-комунікативного середовища. Ціль даної художньопроектної діяльності – наочне представлення інформації, призначеної для масового розповсюдження засобами поліграфії, кіно, телебачення, а також створення графічних елементів предметного середовища та виробів, а основний засіб – графіка.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 343.

**Графічний символ** – умовне зображення, закріплене в свідомості людини за реальним об'єктом або процесом.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 343.

## Д

---

**Дайджест** – інформаційно-аналітичний жанр мас-медіа, який передбачає стислий виклад основного змісту медійних матеріалів. Це поняття поширюється на періодичні видання, а також радіо та телебачення, що використовують матеріали інших

ЗМІ в їх короткому викладі (огляд новин періодики, аналіз подій за день, тиждень, місяць та ін.).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 41.

**Дезінформація** – неправдива інформація, поширена свідомо в мас-медіа. Часто застосовується як елемент PR-технологій для впливу на аудиторію, підвищення особистого рейтингу та ін. Дезінформація широко використовується в політичних кампаніях та шоу-бізнесі, що призводить до маніпуляції суспільною думкою.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 41.

**Дезінформація медійна** – медіа-текст, що містить завідомо неправдиву інформацію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 17.

**Декодування** – розшифровка / дешифрування, трактування інформації, змісту медіа-тексту аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 17.

**Джерело інформації** – будь-яка система, що виробляє повідомлення або містить інформацію, призначену для її передачі. Джерелами інформації в мас-медіа можуть бути документи, архівні матеріали, синхрони, аудіо- та відеопродукція.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 41.

**Дигіталізація** (англ. digitalisation) – переведення інформації будь-якого виду (текстової, графічної, аудіальної, візуальної, аудіо-візуальної та ін.) у цифровий формат, зрозумілий сучасним комп'ютерам, портативним цифровим пристроям; комп'ю-

теризація всіх процесів передавання, зберігання та опрацювання даних із використанням для цього бінарного коду. Дигіталізація здійснюється за допомогою спеціальних програм і пристроїв.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 343.

**Дизайн** (англ. Design – малюнок, візерунок, креслення, проект, конструкція, задум, план) – вид творчої діяльності, пов'язаний із проектуванням предметного світу та наданням виробам формальних якостей. Йдеться про розроблення зовнішніх рис виробу, головним чином, про ті структурні та функціональні взаємозв'язки, що перетворюють його в єдине ціле.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 344.

**Дизайн-концепція** – ідея формального вирішення видавничого продукту. Як художнє ціле, видання є поєднанням трьох систем: тексту, графіки і конструкції, композиційні зв'язки між якими визначаються дизайн-концепцією. Продумана дизайн-концепція є основою гармонійного та впізнаваного зовнішнього образу видання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 344.

**Дискусія** – жанр масової комунікації, що має на меті обговорення проблемного питання. Важливою характеристикою медійної дискусії, яка відрізняє її від інших видів мовленнєвих жанрів мас-медіа, є аргументованість. У ЗМІ дискусія є частиною інформаційних програм на радіо, телебаченні, а також в мережі Інтернет.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 43.



**Дифузія інновацій** (англ. Diffusion of Innovations – поширення нововведень) – процес поширення будь-яких технічних засобів, ідей чи корисної інформації. Відбувається за S-подібною кривою з повільним початком, довгим хвостом, і стрімкою середньою фазою засвоєння.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 345.

**Діалогове вікно** – спеціальний елемент інтерфейсу електронного видання, призначений для виведення інформації та (або) отримання відповіді від користувача. Назва відображає двосторонню взаємодію (діалог) комп'ютера і користувача: у діалоговому вікні виводяться повідомлення для користувача, що потребують відповіді від нього.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 345.

**Діяльність** (людини) – активна взаємодія людини з навколишнім світом, у ході якого світ цілеспрямовано впливає на неї, змінює її і за рахунок цього задовольняє свої потреби, в тому числі змінюючи самого себе. У структурі діяльності виділяють: мотиви, що спонукають суб'єкт до діяльності, а також цілі – прогнозовані результати цієї діяльності; а також операції, за допомогою яких діяльність реалізується.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Діяльність викладача** – різновид професійної науково-педагогічної діяльності, спрямованої на різнобічну професійну підготовку фахівців різного профілю, на розвиток і виховання студентів.

Подоляк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. 360 с.

**Діяльність студента** – форма пізнавальної і практичної активності студента, спрямована на розвиток своєї особистості, підготовку до виконання професійно-трудових завдань і обов’язків, оволодіння необхідними для цього знаннями, навичками і вміннями.

Подоляк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. 360 с.

**Домашня сторінка веб-сайту** (англ. Home Page) – титульна сторінка сайту, з якої починається перегляд інших його сторінок.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 345.

**Домен** (англ. Domain) – найбільша структурна одиниця Інтернету. Домени можуть ділитися на піддомени, що відображають різні інтереси. Організувати групи комп’ютерів в Інтернет-сфері за допомогою ієрархії доменів дозволяє служба імен доменів – DNS.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 44.

**Доменне ім’я** (англ. Domain Name) – унікальний набір символів (букв / цифр), який дозволяє ідентифікувати інтернет-ресурс із сервером (зокрема з його IP-адресою), на якому він розташований.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 345.

**Доповнена реальність** (англ. Augmented Reality, AR) – новий спосіб отримання доступу до даних; технологія, що дозволяє накладати інформацію поверх зображення реального світу: реальні об’єкти інтегруються у віртуальне середовище. Термін описує інтерактивні проекти, спрямовані на розширення реальності будь-якими віртуальними елементами.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 346.

**Доступ до Інтернету** – засоби і технології, за допомогою яких користувачі з'єднуються з Інтернетом. Особливості підключення до Інтернету зумовлюють швидкість передачі даних. Найпоширеніші способи підключення до Інтернету – віддалене підключення (за допомогою телефонної лінії) та широкосмугове підключення (кабельне або DSL).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 346.

**Доступ до інформації** (англ. Access to Information) – гарантоване Конституцією України, Законами «Про доступ до публічної інформації», «Про інформацію» та іншими документами право людини отримувати інформацію. Забезпечення доступу до інформації – ознака демократичності суспільства, що передбачає дотримання принципів відкритості та прозорості; вільного отримання та поширення інформації, крім обмежень, встановлених законом; рівноправності, незалежно від ознак раси, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 347.

**Дружній інтерфейс** (англ. Friendly Interface) – інтерфейс, що забезпечує користувачеві, без попередньої ґрунтовної підготовки, максимально зручно взаємодіяти з програмою. Такий комфорт у користуванні досягається завдяки наочним, простим і зрозумілим для нього зображенням на екрані, піктограмам, кнопкам, меню, підказкам у діалозі, звуковому супроводі тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 347.

# Е

**Еволюція веб-дизайну** – процес безперервного накопичення кількісних змін у технологіях, естетиці, взаємовідносинах з промисловістю та споживачами, якісне перетворення завдань, методів дизайнерської діяльності, що зумовлюють поступове оновлення продуктів веб-дизайну.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 347.

**Едютейнмент** (англ. Edutainment – від слів education (освіта) і entertainment (розвага)) – новий формат передачі знань, який поєднує власне освітні й розважальні елементи. Йдеться про контент і стиль пізнавально-розважальних сайтів (порталів), пізнавально-розважальних програм (ігор), пізнавально-розважальних шоу, інтелектуальних шоу

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 348.

**Екологія медійна** – розділ медіа, в якому розглядаються основні принципи медійного репертуару, культури медіа-сприйняття; створення своєрідного імунітету проти низькоякісних медіа-текстів, заохочення до медіа-культури, оволодіння духовно-моральними та естетичними критеріями оцінювання медійних образів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 51.

**Екранний колір** – колір, що постає на екрані монітора під час використання RGB-колірної системи (заснована на поєднанні трьох кольорів – червоного, зеленого та синього). Більшість

пристроїв мають невелике колірне охоплення, до того ж ці охоплення не збігаються.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 348.

**Електронна бібліотека** — документальна автоматизована інформаційна система, в якій документи (статті, монографії, звіти, реферати) зберігаються, зазвичай, у повнотекстовому вигляді на електронних машинних носіях і можуть надаватися користувачам відповідно до їхніх запитів через телекомунікаційні мережі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 349.

**Електронна публікація** — розміщення копії чи оригіналу твору, що може бути об'єктом авторського права, в пам'яті комп'ютера, підключеного до відповідної комп'ютерної мережі таким чином, що інформація є доступною для інших користувачів мережі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 349.

**Електронне видання** — електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості й призначений для розповсюдження.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 349.

**Електронний цифровий підпис** — спосіб контролю доступу до об'єкта через вимогу надання цифрового підпису для можливості отримати доступ.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 350.

**Епізод** – частина медіа-тексту, що складається з однієї або декількох сцен, об'єднаних загальною темою, загальним конфліктом.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 51.

**Ера інформаційна** – концептуальне уявлення про те, що сучасність буде характеризуватися широкими можливостями для суспільств і окремих осіб вільно передавати / приймати інформацію, а також миттєвим доступом як до освоєних знань, так і до будь-якої інформації про перспективи розвитку людства.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 46.

**Ергономіка електронного видання** – наука, що вивчає діяльність людини або групи людей за умов сучасного виробництва, побуту, дозвілля з метою оптимізації знарядь праці, побутових товарів, умов праці.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 350.

**Ехо-фраза** – вираз, що стоїть у кінці текстового рекламного звернення, яке повторює (дослівно або за змістом) заголовок або основну тему звернення; ударна фраза тексту, що коментує та уточнює слоган.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 49.

**Жанр медійний** – група медіа-текстів, виділених на основі схожих рис їх внутрішньої будови (трагедія, комедія, драма, мелодрама, інтерв'ю, репортаж тощо).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 18.

**Жанр інформаційний** – жанр сфери мас-медіа, що забезпечує процес інформування масової аудиторії особливостями та результатом актуальних подій у світі / країні / регіоні. Основні жанри інформаційні в медіа – це замітка, інформаційна кореспонденція, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, репортаж, новини та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 51.

**Журнал** – друковане періодичне видання. Як і газета, журнал є одним із основних засобів масової інформації, а отже, впливає на суспільну думку, формуючи її відповідно до інтересів певних ідеологічних груп, соціальних класів, політичних партій, організацій. Часто мовний матеріал Ж. доповнюється графічними засобами, які унаочнюють те, про що йдеться в тексті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 51.

**Заголовковий комплекс інтернет-публікації** – сукупність елементів та графічних засобів, які стисло розкривають зміст матеріалу. До елементів заголовкового комплексу належать: шапка, заголовок, підзаголовок, рубрика, лід, вріз, епіграф, текстівка. Заголовки публікацій інтернет-видань зазвичай є гіперпосиланнями, звертання до яких дозволяє відкрити файл із даним матеріалом.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 351.

**Заголовок** – графічно виділена частина медійного тексту, його назва. У заголовку вміщена основна ідея та авторський задум. Медійні заголовки поділяються на інформаційні, аналітичні, проблемні, риторичні, спонукальні, питальні, описові, асоціативні та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 57.

**Замітка** – невеликий за обсягом інформаційний медіа-жанр, у якому передбачається короткий виклад основних особливостей певного явища, події, проблеми, людини, результатів дослідження, спостереження тощо.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 58.

**Засоби масової інформації** – це інститути та форми публічного і відкритого поширення інформації для широкого кола користувачів, що здійснюється за допомогою технічних засобів.

Засоби масової інформації та їх роль у суспільному житті URL: <http://bibl.com.ua/informatika/5545/index.html> (дата звернення: 19.04.2017).



**Засоби масової інформації; ЗМІ; мас-медіа** – система засобів передачі інформації, розрахованої на масову аудиторію, – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, аудіо- та відеозаписи, відеотекст, телетекст, реклама та ін., домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп’ютерні та інші інтерактивні лінії зв’язку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 59.

**Засоби масової комунікації** – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, збереження, розповсюдження, сприйняття інформації і обміну її між суб’єктом (автором медіа-тексту) і об’єктом (масовою аудиторією).

Крошка С. А., Матліна О. В. Використання медіа-засобів у соціально-гуманітарній роботі лисичанського педагогічного коледжу як чинників впливу на процес виховання особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 2 (291), 2015. С. 38.

**Засоби масової реклами** – словесні, графічні та інші засоби, які використовуються для привернення уваги масового споживача. Засоби масової реклами часто доповнюють виставки, презентації, прес-конференції рекламного характеру.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 60.

**Засоби навчання візуальні** – технічні засоби і візуальні тексти, призначені для зорового впливу і сприйняття в освітньому процесі.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Засоби навчання звукові** – технічні засоби і медіа-тексти, призначені для слухового впливу і сприйняття в освітньому процесі.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Зворотний зв’язок** (англ. Feedback) – додатковий інформаційний канал, спрямований від отримувача до джерела, завдяки якому комунікація набуває діалогічного характеру. Мета зворотно-

го зв'язку – здобути знання про те, як відбувається процес прийому інформації одержувачем, перевірити, чи збігається відгук на повідомлення з очікуваною реакцією. Одержання зворотного зв'язку продовжує діалог, розвиває дискурс.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 352.

**ЗМІ друковані** – засоби масової інформації, що функціонують у медіапросторі у вигляді друкованих видань. До них відносяться газети, журнали, брошури, листівки, альманахи, бюлетені та ін. Друковані видання висвітлюють актуальні питання суспільного, політичного, культурного, наукового життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 61.

**ЗМІ електронні** – засоби масової інформації, що існують в електронному вигляді або ж є електронною версією друкованих видань. ЗМІ електронні на сьогодні є найбільш доступними у глобальному інформаційному просторі. Ступінь поширення ЗМІ електронних, їх інтернаціональний статус зумовлюють можливість і потребу їх існування кількома мовами, в інтерактивному форматі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 62.

**Знак охорони авторського права** (англ. Copyright) – символ, який засвідчує охорону об'єкта авторським правом. Застосовується власником виключних авторських прав для сповіщення про свої права. Знак охорони авторського права розміщується на кожному примірнику твору та складається з трьох елементів: латинської літери «с» у колі – ©, імені автора (власника авторських прав) та року першого опублікування (оприлюднення) твору.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 352.

**Знання** – форма існування і систематизації результатів пізнавальної діяльності людини. У широкому сенсі - суб'єктивний образ реальності в формі понять і уявлень. У вузькому сенсі - володіння перевіреною інформацією (відповідями на питання), що дозволяє вирішувати поставлену задачу. В теорії штучного інтелекту та експертних систем – сукупність інформації про світ, властивості об'єктів, закономірності процесів і явищ, а також правила використання їх для прийняття рішень.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Зображальні елементи** (зображення) – результат графічного статичного відтворення виду, форми і кольору реального чи уявного об'єкта. Їх отримують, використовуючи спеціальні пристрої (фотокамеру, сканер), або виключно за допомогою вмінь (малювання). Вони можуть бути як елементом композиції видання чи веб-ресурсу, складовою оформлення, підсистемою, так й окремою публікацією, самостійним інформаційним повідомленням, і нести при цьому самостійне смислове навантаження.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 352.

**Зовнішня форма видання** – зовнішній, матеріально-просторовий прояв видання. Зовнішня форма включає сукупність частин і елементів художнього оформлення: конструкцію, фактуру, кольори, декоративні та проміжкові елементи, світлотіньові ефекти тощо, які утворюють дизайн видання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 353.

# I

**Індивідуалізація** – виділення особистості або особи за її індивідуальними властивостями; прийняття до уваги особливостей кожного індивідуума; виділення людини як самостійного суб'єкта, в ході історичного розвитку спільнот і відносин.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Інтеграція комунікаційних середовищ** (від лат. *integrum* – ціле, *integratio* – відновлення) – сучасний тренд, що має численні прояви: поєднання художніх форм і технологій у гібридній формі вираження, внутрішніх і зовнішніх комунікацій, розмивання межі між приватністю і публічністю тощо. Інтеграція, разом із розвитком гіпермедіа, інтерактивності та іншими трендами, є чинником становлення новітньої моделі комунікації.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 353.

**Інтерактивний відеоміст** – мультимедійна жанрова форма, яка використовує традиційний телевізійний формат та нові інтерактивні можливості, які надає Інтернет.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 353.

**Інтерактивні медіа** (від англ. *interactive* – взаємодіючий) – медіа з передбаченою можливістю безпосереднього зворотного зв'язку, діалогу з аудиторією. Така можливість надається за допомогою телефонного, відео, супутникового та інтернет-зв'язку, відеоігор.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича

справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 353.

**Інтерактивність** (від англ. interactive — взаємодіючий) — 1) здатність користувача впливати на систему зв'язку, а також спілкуватися з іншими користувачами за допомогою цієї системи; а також здатність системи до комунікації із споживачами; 2) ступінь взаємодії між об'єктами, діалогічності комунікації.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 353.

**Інтерактивність медійна** — медіа-тексти з авторами передбаченими можливостями для прямого / живого зворотного зв'язку, діалогу з аудиторією (за допомогою телефонного, відео, супутникової та інтернет-зв'язку, комп'ютерних та відеоігор). Ефективно використовується і в процесі інтерактивного навчання.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 19.

**Інтернет** — глобальна комп'ютерна мережа, що об'єднує комп'ютери та комп'ютерні мережі по всьому світу з метою надання відкритого миттєвого доступу до інформації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 68.

**Інтернет** (англ. Internet) — глобальна мережа комп'ютерних ресурсів із колективним доступом на основі використання єдиної стандартної схеми адресації, високопродуктивної магістралі і високошвидкісних ліній зв'язку з головними мережевими комп'ютерами. У Всесвітній мережі, що охоплює всі країни та континенти, з'єднана величезна кількість уже наявних малих і великих мереж. До його складу входять мережі урядових закладів, наукових лабораторій, інститутів та університетів,

підприємств і організацій. Основними складниками Інтернету є його апаратні, програмні та інформаційні ресурси.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 354.

**Інтернет-баїнг** (від англ. Buying – купівля, покупка) – гуртове придбання рекламних майданчиків в Інтернеті, пов'язане передовсім із купівлею місць під рекламні банери; вартість при цьому залежить від відвідуваності ресурсу та структури цільової аудиторії.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 354.

**Інтернет-видання** – 1) електронне видання, що виходить в Інтернеті, регулярно оновлюваний веб-сайт із певною концепцією; 2) вид електронних видань, що має певні типологічні характеристики.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 354.

**Інтернет-медійна сфера** – вид суспільної діяльності з оброблення та систематичного поширення актуальної інформації через мережу Інтернет.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 69.

**Інтернет-провайдер** (від англ. Internet Service Provider, ISP) – організація, що має постійний вихід у мережу Інтернет і надає доступ іншим організаціям та окремим користувачам.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 355.

**Інтернет-реклама** – рекламна діяльність, що полягає у представленні та просуванні товарів, послуг в Інтернеті; спрямована на масового споживача і має характер переконування.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 355.

**Інтернет-спільнота** – інтерактивне співтовариство користувачів Інтернету, об'єднаних спільними інтересами і нетикетом. Спілкування в межах співтовариства відбувається на різних інтернет-платформах – у форумах, чатах, блогах, соціальних мережах.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 355.

**Інтернет-телебачення** – онлайн ресурс, що дозволяє дивитися через Інтернет телевізійну трансляцію з усього світу в прямому ефірі. Актуальність і поширеність інтернет-телебачення сьогодні пояснюється світовою Інтернет-глобалізацією та відкритою можливістю доступу перегляду через мережу Інтернет.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 70.

**Інтернет-форум** – масові представницькі збори в мережі Інтернет, віртуальна форма спілкування.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 19.

**Інтернет-чат** – чат, що використовується у світовій мережі Інтернет та є однією з форм віртуального спілкування в режимі реального часу. Часто інтернет-чат є додатком до інформаційних, розважальних та ін. порталів, де реципієнти обговорюють головні події та актуальні питання, висвітлені в Інтернет-просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 70.

**Інтерполяція** – вставка в медіа-текст, що відсутня в авторському оригіналі, актуалізована як його структурний елемент лише в умовах мультимедійної глобалізації інформаційних зв'язків.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 70.

**Інтертекст** – один із поширених прийомів створення авторського тексту, сутність якого полягає у свідомому використанні цитат чи ремінісценцій із інших текстів. Передбачає використання як вербальних додаткових засобів, так і невербальних – живопису, музики, кіно, театру, сучасних арт-течій та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 70.

**Інтертекстуальність** – тенденція різних медійних текстів до різнорівневих та різножанрових взаємопосилань, а також міжтекстових і міжжанрових значущих зв'язків. У сучасній медіа-культурі інтертекстуальність має численні прояви: запозичення і переробка тем і сюжетів, явне та приховане цитування, переклад, плагіат, алюзія, парафраза, наслідування, пародія, інсценізація, екранізація, використання епіграфів, ремінісценція та ін.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 356.

**Інтранет** (англ. Intranet) – внутрішня корпоративна мережа, по суті, міні-Інтернет. Йдеться про сайт або портал, призначений для систематизації, зберігання та обробки внутрішньої корпоративної інформації. Він доступний тільки в рамках локальної мережі компанії, включно з її віддаленими філіалами.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 356.



**Інфографіка** (від лат. *informatio* – інформування, роз’яснення, виклад, і грец. *γραφικος* – письмовий, від грец. *γραφω* – пишу) – візуальна подача інформації, що має на меті: унаочнити її сприйняття (дорожні знаки, інтерфейс мобільних телефонів); зробити її інтернаціональною (попереджувальні знаки, інтерфейс техніки); у візуальному вигляді представити складний текстовий матеріал великого обсягу, розшифрувати деталі події або вплинути на реципієнта. Інфографіка дає можливість сприймати й аналізувати великі обсяги інформації в організованій і зручній формі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 356.

**Інфоекран** – екран, розташований у людному місці, що має більші розміри, ніж домашні телевізори – до декількох десятків метрів у діагоналі. Мовлення на інфоекрані будується за принципом структурованих випусків мультимедійних історій (текст, відео, фото, вікторини та ін.). Цифровий інфоекран є сучасною оперативною та екологічною заміною друкованим виданням. Порівняно із звичайними екранами, на LCD / LED екранах із високою яскравістю, призначених для використання в громадських місцях, інформацію легко побачити й прочитати як в освітленому приміщенні, так і за природного світла.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 357.

**Інформативність** (у медіа) – властивість медіа-тексту бути носієм завершеного повідомлення, передавати інформацію; одна з найважливіших ознак медіа-сфери, що якісно й кількісно характеризує презентовану в ній інформацію з увагою до значимості, новизни, прецедентності та співмірності з часом.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 72.

**Інформатизація** – організаційні соціально-економічний і науково-технічний процеси створення визначених умов для задоволення інформаційних потреб і реалізації прав громадян, органів державної влади, місцевого самоврядування, громадських об'єднань на основі формування і використання інформаційних ресурсів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 19.

**Інформатизація освіти** – це досить складна сучасна тенденція, пов'язана з упровадженням в навчально-освітній процес різних інформаційних засобів, що працюють на основі мікропроцесорів, а також електронної продукції і нових педагогічних технологій, що базуються на використанні ІКТ для навчання.

Інформатизація освіти – це... Технології інформатизації освіти  
URL: <http://hair2014.ru/informatyzatsiya-osvity-tse-tehnologiyi-informatyzatsiyi-osvity/> (дата звернення: 09.10.2017).

**Інформаційна безпека комп'ютерних систем** – стан захищеності потреб в інформації особи, суспільства й держави, за якого забезпечується їхнє існування та прогресивний розвиток незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх інформаційних загроз. Серед таких загроз – шпигунство, крадіжки інформації із комерційних та урядових комп'ютерних мереж, атаки на сервери, що спричиняють збої в роботі, витоки або втрату даних та інші форми кіберзлочинності. Основними джерелами небезпеки в Інтернеті є хакери, віруси, програми-шпигуни, спам тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 357.

**Інформаційна діяльність** – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Закон України про інформацію № 2657-ХІІ от 02.10.1992  
URL: <http://www.bezpeka.com/ru/lib/lawua/art515.html> (дата звернення: 04.08.2017).

**Інформаційна картина світу** – певний світогляд, ідеологія, система суспільних цінностей, вербалізованих у мові медіа; словесно виражені уявлення про життєдіяльність людини та можливі інтерпретації навколишньої дійсності.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 72.

**Інформаційна особистість** – людина, що взаємодіє з інформацією на основі комунікативної активності, в результаті чого відбувається розвиток особистісних властивостей (інформаційних якостей), найважливішим з яких є комунікативність.

Сымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Інформаційний ефект** – різного роду (психологічний, етичний, естетичний, терапевтичний та ін.) вплив, вплив інформації на аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 51.

**Інформаційний потік** – система продукування й поширення повідомлень, які характеризуються певними спільними ознаками. Інформаційний потік є стабільним рухом даних, спрямованим від джерела інформації до отримувача, визначений функціональними зв'язками між ними. Однією з властивостей інформаційного потоку є дискретність, що означає його роздільність на окремі повідомлення, які продукуються з певною середньою швидкістю.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 358.

**Інформаційний тероризм** – цілеспрямоване, планомірне, систематичне використання можливостей засобів масової інформації для створення і тиражування почуттів страху (жаху, неспокою, тривоги) і поширення їх в інформаційному просторі з метою маніпулювання суспільною свідомістю.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Інформаційні ресурси** – документи та масиви документів у інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, інших інформаційних системах).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 358.

**Інформаційні технології** – сукупність математичних і кібернетичних методів, технічних засобів, що забезпечують здійснення збору, зберігання, переробки і передачі інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Інформаційно-комунікативна цивілізація** – глобальне суспільство майбутнього, таке світове співтовариство, де основним фактором і формою прогресу є взаємодія між поколіннями.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Інформаційно-комунікативний процес** – процес накопичення та обміну інформацією в умовах рівноправної комунікації (спілкування) суб'єктів інформаційно-комунікативного соціуму, включаючи їх діалог між поколіннями.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Інформаційно-комунікативні взаємодії** – психологічне взаємодія суб'єктів з обміну інформацією, її збагачення, додавання смислів.

Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С. 5.

**Інформаційно-психологічний вплив** – такий вплив на індивідуальну або суспільну свідомість інформаційно-психологічними або іншими засобами, що викликає трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, відносин, ціннісних орієнтацій, мотивів, стереотипів особистості з метою вплинути на її діяльність та поведінку.

Психологічна діагностика особливостей когнітивного розвитку молодших школярів в умовах інформаційного суспільства: монографія / С. А. Гончаренко, А. Й. Ваврик, Є. П. Верешка та ін.; за ред. С. А. Гончаренко, Л. О. Кондратенко. К.-Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2014. С. 12.

**Інформація** (франц. Information, informo – надаю форму, створюю уявлення про щось, зображаю) – повідомлення про факти, події, явища; відомості про когось або щось. Якісна інформація характеризується актуальністю, новизною, правдивістю, лаконічністю, систематизованим та неупередженим добором фактів, представленням різних поглядів на них. Така інформація дає можливість реципієнту орієнтуватися в галузях реальності, аргументовано формувати свої переконання, приймати рішення, діяти.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 358.

**Інформація авторитетна** – інформація, отримана з надійних, перевірених джерел, яка не викликає сумнівів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 73].

**Інформація актуальна; інформація фактологічна; інформація офіційна** — інформація, властива будь-якому медіа-тексту, яка спи-рається на достовірні, перевірені дані, що засвідчують реальність осіб, явищ предметного чи ідеального, інформаційного характеру в сучасному чи минулому часовому просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 73.

**Інформація концептуальна** — інформація, що відображає авторську оцінку та позицію, власну інтерпретацію теми, явища, події та ін. і виражається вербально (у висловленні) або обгрунтовується в контексті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 74.

**Інформація нормативна** — це тип інформації, що відповідає реаліям суспільного життя та розрахована на широке коло читачів. Нормативність інформації стосується вимог, адресованих суспільством соціальним групам, окремим особистостям і навпаки.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 74.

**Інформація оцінна** — інформація, яка передбачає аналіз і оцінку того, про що було сказано. Відповідно, оцінне ставлення виникає в результаті порівняння предмета оцінки з певними критеріями, у формі яких можуть виступати потреби, інтереси, ідеали, норми, зразки, стандарти та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 74.

**Інформація підтекстова** — прихована інформація, що безпосередньо не виражена в тексті та з'ясовується, виокремлюється на

основі фактичної інформації, завдяки властивості тексту породжувати асоціативні значення.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 75.

**Інформація превентивна** – інформація, що повідомляє про заплановані події, які з великим ступенем імовірності повинні відбутися найближчим часом. Інформацію превентивну не можна однозначно вважати фактологічною, оскільки вона спирається на опис не реальних фактів, об'єктів, явищ, а потенційно можливих і передбачуваних.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 75.

**Інфотейнмент** (англ. Infotainment – від information (інформація) і entertainment (розвага)) – спосіб подачі інформації в розважальній формі або з відтінком розважальності. Новини та аналіз подій презентуються у цьому разі в максимально полегшеній для сприйняття формі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 359.

**Інфоторіал** (англ. Infotorial – від information – інформація та editorial – редакційна стаття) – матеріал, позначений виразною авторською позицією. Інфоторіал як тип повідомлень фіксується в різних ЗМІ, а також блогах. Він може набувати різних жанрових форм: коментаря, репліки, відгуку, есе, авторської колонки, блогу, інтернет-журналу, інтернет-щоденника, щоденникового запису, щоденника журналіста.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 359.

**Історія життява** — жанр медіапростору, який передбачає використання в тексті послідовного, насиченого «розгортання» відповідних ситуацій із життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 75.

## К

---

**Кадр** — основна одиниця структури аудіовізуального твору, один фрагмент медіа-тексту, що починається і закінчується стиком з іншим кадром (інсталяційним, загального плану, середнього плану).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 20.

**Кастомізація послуг** — можливості налаштувати інтерфейс «під себе» і вибрати цікавий зміст «для себе». До таких кастомізованих послуг належать: RSS; плейлист; подкастинг; налаштування конкретних стрічок новин (за тематикою) таким чином, щоб вони відображалися передовсім; можливість вибрати свій регіон для відображення інформації, наприклад, про погоду або ситуації на дорозі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 359.

**Каталог** (в Інтернеті) — систематизована та стратифікована за рубриками добірка покликань на Інтернет-ресурси з їх відповідними описами.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 76.



**Категорії блогу** – теми, що є основними для блогу. Можуть стати засобом категоризації та розділення статей на блозі.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 360.

**Категорія медіа** – види (преса, телебачення, кінематограф, радіо, Інтернет та ін.) медіа та жанри (репортаж, інтерв'ю, драма, комедія, портрет, пейзаж й ін.) медіа-текстів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 20.

**Кіноосвіта** – процес творення і розвитку особистості засобами і на матеріалі кіномистецтва з метою формування культури спілкування з екраном, творчих, комунікативних здібностей, умінь інтерпретації, аналізу та оцінювання кінотексту, навчання різним формам самовираження за допомогою кінотехніки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 21.

**Кінотекст** – повідомлення, викладене в будь-якому вигляді (ігровий, документальний, анімаційний, навчальний, науково-популярний) і жанрі (драма, мелодрама, комедія, детектив і ін.) кінематографу.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 21.

**Клієнт** (англ. Client) – програмний компонент обчислювальної системи, який посилає запити серверу. Клієнт взаємодіє з програмою-сервером, що надає послуги служби Інтернет.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 360.

**Ключові слова** – слова, що належать до предметної ділянки певного мережевого ресурсу, формують його семантичне ядро. Вони визначають релевантність сайту, оскільки саме ними послуговуються користувачі для пошуку представленої на ньому інформації.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 361.

**Кодування / декодування** (англ. Coding (Encoding) / Decoding) – створення і «прочитання» текстів усіх типів. Термін уживають передусім на позначення структур значень, які закладають у текст або вилучають із нього.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 361.

**Колумністика** (від англ. column – колонка) – жанр авторських виступів на злободенні та інші теми, авторські колонки та їхній контент. Цей масив текстів асоціюється з особистістю автора і розміщується під авторськими рубриками. Колумністиці властивий «свій» погляд на факт, подію, ситуацію, соціальне явище.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 363.

**Коментар** (лат. commentaries – тлумачення) – 1) різновид аналітичної статті, який характеризується актуальністю, логічною побудовою, високим рівнем оцінних суджень, розлогими поясненнями важливих подій, явищ, використанням вагомої фактологічної бази, переконливими узагальненнями; 2) різновид замітки як інформаційного жанру, в якому стисло й оперативно подано роз'яснення компетентної особи з при-

воду певної події, факту, явища; 3) додаткові приписи, що слугують тлумаченнями до будь-якого текстового матеріалу; 4) відгук до статті на блозі, який може залишити кожен його відвідувач.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 364.

**Комп'ютерна графіка** – 1) сфера діяльності, в якій комп'ютери використовуються як інструмент для створення зображень та обробки візуальної інформації, отриманої з реального світу; 2) результат такої діяльності.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 365.

**Комп'ютерна мережа** (англ. Computer NetWork, від net – мережа і work – робота) – з'єднання кількох комп'ютерів, що надає можливість користувачам обмінюватися інформацією, мати колективний доступ до неї. Мережа може складатися як із двох, так і з сотень (тисяч, мільйонів) комп'ютерів, з'єднаних між собою не лише проводами, але й за допомогою супутникового зв'язку. Головними ознаками комп'ютерної мережі є її пропускну здатність, інтерактивність, умови доступу до неї.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 365.

**Комп'ютерний вірус** (англ. Computer Virus) – це спеціально написана, невелика за розмірами програма (певна сукупність виконуваного програмного коду), яка може «приписувати» себе до інших програм («заражати» їх), створювати свої копії та впроваджувати їх у файли, системні області комп'ютера тощо, а також виконувати різні небажані для користувача

дії на його комп'ютері. До комп'ютера вірус потрапляє із зараженим файлом, часто через електронну пошту.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 366.

**Композиційний центр** — елемент чи група елементів композиції, передбачена для керування увагою глядача. Саме на композиційному центрі увага глядача концентрується передовсім. При відсутності композиційного центру погляд ковзає по сторінці і переходить на іншу — більш цікаву. Завдання композиційного центру полягає не стільки в розкритті ідеї сюжету, скільки у формуванні сприйняття самої композиції. Композиційних центрів на зображенні може бути декілька, але один із них все ж повинен домінувати.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 364.

**Композиційно-графічна модель** — зафіксована система графічних елементів, композиційних прийомів і засобів, що визначає принципи їх взаємозв'язку в межах певного об'єкта. Модель не може бути створена без зв'язку із змістом — графіка видання будується на таких елементах, прийомах і засобах, які щонайкраще виражають його зміст.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 365.

**Композиція** — будова тексту, зумовлена його змістом, характером, призначенням, що багато в чому визначає його сприйняття. Композиція є одним із найважливіших компонентів форми, що надає тексту єдності та цілісності.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 78.

**Композиція видання** (від лат. compositio – складання, поєднання, створення, побудова) – поєднання його елементів в єдине ціле, підпорядковане ідеї видання, художньо-образному задуму, очікуваним емоційно-чуттєвим реакціям споживача. Майстерність композиції видання – показник професійної культури дизайнера, почуття міри й стилю. Суть роботи над композицією полягає в досягненні комплексної єдності й упорядкованості шляхом використання композиційних засобів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 365.

**Комп'ютерні технології навчання** – сукупність методів, прийомів, способів створення педагогічних умов роботи на основі комп'ютерної техніки, засобів телекомунікаційного зв'язку та інтерактивного програмного продукту, моделюючих функцій педагога за поданням, передачі та збору інформації, організації контролю і управління пізнавальною діяльністю.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 47.

**Комунікатор** – особа, яка створює та передає повідомлення, інформацію; представник творчого персоналу ЗМІ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 79.

**Комунікаційні технології** – технології, призначені для забезпечення оперативного зв'язку та доступу до інформаційних ресурсів у будь-якій галузі знань без обмеження за обсягом і швидкості.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Комунікація** – зв'язок, шлях повідомлення, спілкування, передавання інформації, в тому числі – медійної (вербальна, невербальна, візуальна, аудіовізуальна, групова, масова, між-

собистісна, внутрішньоособистісна, дистанційна, тактильна, контактна, конфліктна, культурна, міжкультурна, соціальна, педагогічна та інші види комунікації).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 21.

**Комунікація аудіовізуальна** — зв'язок, шлях повідомлення, спілкування, передавання інформації, в тому числі — медійної; взаємодія в процесі аудіовізуального, медійного сприйняття.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Комунікація візуальна** — зв'язок, шлях повідомлення, спілкування, передавання візуальної інформації, у тому числі — медійної; взаємодія в процесі візуального, зорового сприйняття.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Комунікація ділова** — один із видів спілкування людей у соціумі, що передбачає вирішення певних питань ділового світу. Культура комунікації ділової сприяє встановленню і розвитку співробітництва й партнерства між колегами, керівниками й підлеглими, партнерами та конкурентами, багато в чому визначаючи ефективність ділових відносин.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 79.

**Комунікація звукова** — зв'язок, шлях повідомлення, спілкування, передача звукової інформації, в тому числі — медійної; взаємодія в процесі слухового сприйняття.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Комунікація масова** — зв'язок, шлях повідомлення, спілкування, передавання інформації, у тому числі — медійної (вербаль-

на, невербальна, візуальна, аудіовізуальна, міжособистісна, внутрішньоособистісна, дистанційна, тактильна, контактна, конфліктна, культурна, міжкультурна, соціальна, педагогічна та ін. види комунікації), розрахована на масову аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Комунікація медійна** – зв’язок, шлях повідомлення, спілкування, передавання медійної інформації; взаємодія в процесі медійного сприйняття.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Комунікація політична** – мовленнєва діяльність, орієнтована на пропаганду тих чи інших ідей, емоційний вплив на громадян країни, спонукання їх до політичних дій, для вироблення суспільної злагодженої позиції, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах множинності поглядів у країні. Комунікація політична стосується не тільки передачі політичної інформації, а й всього, пов’язаного зі сприйняттям та оцінкою політичної реальності в процесі комунікативної діяльності.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 80.

**Комюніке** – офіційне повідомлення вищих органів державної влади, органів зовнішньої політики, представників різних держав або міжнародних організацій про ситуацію в міждержавних відносинах; офіційна інформація про хід або результати переговорів та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 80.

**Конвергенція жанрів** (від лат. *convergere* – наближуватися, сходитися) – взаємопроникнення та асимілювання жанрів традиційних

ЗМІ, що відбувається внаслідок з'єднання різних медіа-платформ, наприклад, друкованих ЗМІ з телевізійними на базі інтернет-порталів

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 366.

**Конвергенція ЗМІ** (від лат. *convergere* – наближуватися, сходитися) – процес інтеграції інформаційних і комунікаційних технологічних платформ, а також інформаційних продуктів, які вони передають. Значення терміна найточніше передає поняття «злиття».

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 366.

**Конструктивізм** (від лат. *construo* – складаю, звожу) – авангардистський напрям в образотворчому мистецтві, архітектурі, художньому конструюванні, літературі, фотографії, що отримав розвиток у 1920-х – на початку 1930 рр. Характеризується суворістю, геометризмом, лаконічністю форм і монолітністю зовнішнього вигляду.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 367.

**Контекст** – необхідний і достатній для розуміння значення, смислу сказаного, фрагмент тексту, що є несуперечливим стосовно загального змісту даного тексту. Відповідний контекст дозволяє зрозуміти початкове значення змісту інформації та мотивувати особливості її сприйняття й інтерпретації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 82.



**Контекстна реклама** (від лат. contextus – тісний зв'язок, з'єднання і reclamare – стверджувати, вигукувати, протестувати) – вид інтернет-реклами, який полягає в розміщенні текстово-графічних рекламних матеріалів поряд із результатами пошуку на сайтах або ж на партнерських веб-ресурсах пошукових систем, що надають користувачеві функцію пошуку.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 367.

**Контент** (англ. content – вміст) – інформаційне наповнення сайту (тексти, графіка, відеоролики та ін.).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 367.

**Контент-аналіз** – формалізований метод, який використовують для кількісного (якісно-кількісного) та об'єктивного опису медійних текстів. Завдяки переведенню досліджуваної інформації в кількісні показники і статистичної обробки, дає строгі і систематичні результати. Корисний для таких цілей, як виявлення тенденцій, вимірювання інтенсивності інформаційних потоків, порівняння медіа упродовж певного часу, порівняння контенту та «реальності» тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 368.

**Контраст** – стилістичний прийом, використовуваний у медіа у візуальних формах (фото, відео, кіно) для вираження явної протилежності, зорової оцінки відносної яскравості предмета або його кольору в порівнянні з навколишніми об'єктами або фоном.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 83.

**Контрастний контекст** – відмінність у характеристиках елементів інтерактивного середовища. Поєднання контрастних за змістом понять і явищ, протиставлення розпізнавальних ознак дозволяє глибше розкрити тему, надає висловлюванню експресивності, що слід брати до уваги під час підготовки текстів для електронних видань.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 368.

**Концепція електронного видання** (від лат. conceptio – система поглядів, розуміння) – ідейний задум електронного видання. Формулюється через комплекс рис: 1) формула видання, що визначає його суспільну місію і головні задачі; 2) типологічна концепція, що виявляє зміст і літературнохудожні форми, тобто режисуру; 3) графічна концепція, що охоплює структуру і графічне оформлення, тобто архітектуру; 4) організаційна концепція, що розглядає організацію редакційної роботи.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 369.

**Копіпаст** (від англ. Copy-paste – скопіювати-вставити) – метод створення тексту, що полягає в механічному комбінуванні цитат з одного або кількох джерел, іноді навіть без редагування отриманого тексту. Противагою копіпасти є унікальний контент.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 369.

**Кореспонденція** – аналітичний жанр мас-медіа, в якому розглядається певна тема, ставиться проблема та пропонується її розв'язання.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 84.

**Креолізація** (у медіа) – процес створення медіа-тексту, що передбачає використання в мовленнєвій комунікації одиниць різних знакових систем, зокрема зображень, графіків, таблиць, аудіо-, відеоматеріалу та ін. Найчастіше реалізується в рекламі, на телебаченні, в Інтернеті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 84.

**Кросспостинг** – автоматичне, напівавтоматичне або ручне переміщення певного матеріалу (статті з інтернет-видання, посту з блогу тощо) з однієї платформи на іншу з метою популяризації теми, підвищення відвідуваності власного ресурсу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 370.

**Культура електронного видання** – рівень досконалості електронного видання, що виявляється в концептуальній цілісності його контенту та дизайну, правильності оформлення бібліографічної інформації; міра добротності електронного видання як специфічного товару, призначеного для задоволення пізнавальних, естетичних, розважальних та інших потреб читача.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 370.

**Культура інформаційна** – сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей в сфері інформації, а також певна історична система їх відтворення та функціонування в соціумі; стосовно аудиторії інформаційна культура може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати інформацію, засвоювати нові знання в певній сфері.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Культура масова** (англ. mass culture) – тип культури, що характеризується уніфікованістю щодо сприйняття різних явищ, об'єктів, подій, вироблення ціннісних орієнтирів і пріоритетів масової аудиторії, формується й реалізується у ЗМІ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 87.

**Культура медійна** – сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей в галузі медіа, а також історично певна система їх відтворення та функціонування в соціумі; стосовно аудиторії медійна культура може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Культура медійна масова** – система виробництва, поширення, реклами, продажу щодо нескладних для сприйняття медіа-текстів, розрахованих на масову аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 22.

**Культура мовлення** – володіння нормами усної та писемної літературної мови (правилами вимови, наголосу, слововживання, граматики, стилістики), а також уміння використовувати засоби мови в різних умовах спілкування відповідно до мети й завдань комунікації, зокрема й медійної.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 87.

# Л

---

**Лист** – міжстильовий жанр літературної мови, який забезпечує особливий тип комунікації та передбачає обмін думками в писемній формі. У ЗМІ він виник як наслідок редукції особистого та ділового листування та потреб мас-медіа.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 91.

**Лід** (від англ. lead – керувати, очолювати, займати перше місце, бути попереду) – короткий виклад матеріалу, що розміщується після заголовка й перед основним текстом; розгорнута форма підзаголовка.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 370.

**Лінки** (в Інтернеті) – веб-покликання (словесні або графічні) на Інтернет-сторінки. Лист використовуються для віртуального переходу з одного Інтернет-сайту до іншого.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 93.

**Логін** (в Інтернеті) – вигадане / приховане ім'я Інтернет-користувача, що використовується для його ідентифікації в конкретній мережевій структурі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 94.

**Логін і пароль** – унікальна комбінація мережових реквізитів, яка дозволяє користувачеві одержувати доступ до власного облікового запису на ресурсах Інтернету. Ці реквізити не слід

розголошувати, оскільки вони дають можливість захистити підключений до Інтернету комп'ютер від несанкціонованого виходу в Мережу іншими особами.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 371.

**Логотип** (грец. logos – слово, думка + typos – відбиток) – знак, що є емблемою товару (наприклад видання), проекту, організації, яка пропонує свою продукцію або послуги чи представляє їх якимось іншим чином. Логотип – обов'язкова частина брендуння. Він включає фірмовий шрифт, колір, графічні елементи. Логотипи розробляються у вигляді векторної графіки.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 371.

**Локальна мережа** (англ. Local Area Network, LAN) – технологія комп'ютерних мереж, розроблена для з'єднання комп'ютерів, розташованих на невеликій відстані один від одного. Найвиразніша перевага локальної мережі: всі її комп'ютери можуть здійснювати обмін інформацією.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 372.

# М

**Макетування** (італ. masetto – ескіз) – умовне розмірно-просторове зображення об'єкта, що дозволяє вести пошук і оцінку естетичних, функціональних, конструктивно-технологічних або споживчих якостей нових виробів і форм, у комплексі аналізувати різні аспекти конкретного проектування.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 372.

**Маніпуляція інформаційна** – система прийомів і способів інформаційних впливів на аудиторію з метою нав'язування будь-яких ідей, думок або введення в оману.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Маніпуляція медійна** – система прийомів і способів медійних впливів на аудиторію з метою нав'язування будь-яких ідей, думок або введення в оману.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Мас-медіа** – 1) організовані технології, що уможливають масову комунікацію; 2) організовані засоби відкритого спілкування на певній відстані з багатьма реципієнтами за короткий проміжок часу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 372.

**Мас-медіа** – це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, створених людством в процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості

та соціалізації особистості, здатної аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа, а також є засобами насадження масової культури, маніпуляції свідомістю і почуттями людей, їх інтересами і потребами.

Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації. *Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія* : зб. наук. праць. К.: НАУ, 2011. № 1 (13). С. 135–138.

**Мас-медіа рекламні** – засоби масової інформації, що тиражуються з рекламною, комерційною метою.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 94.

**Медіа** – засоби (масової) комунікації – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіа-тексту) і об'єктом (масовою аудиторією).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Медіа** – це широке поняття, яке включає в себе всю сукупність технологічних засобів і прийомів для передачі конкретному споживачеві інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді.

Що таке «медіа»? URL: <http://genomukr.ru/nauka-j-osvitu/10464-shho-take-media.html> (дата звернення: 03.03.2018).

**Медіа громадські** – тип медіа, що передбачає комунікацію різних груп людей та забезпечує масову аудиторію інформацією про різні напрямки громадського життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 95.

**Медіа-арт** – мистецтво створення медіа-текстів за допомогою медіа-техніки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.



**Медіа-виміри** – процес отримання даних про кількість, структуру медійної аудиторії, що надається в певному відрізку часу і місці. Вимірювання телеаудиторії, наприклад, засноване на отриманні інформації про перегляди телепередач за допомогою спеціальних приладів-датчиків, приєднаних до телеприймачів і автоматично фіксують номер каналу і тривалість його включення.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 25.

**Медіа-виховання** – формування світоглядних позицій, інтересів, потреб, ідеалів, мотивів, ціннісних орієнтацій, свідомості, переконань, суджень, а також конкретних рис характеру, моделі поведінки та культури поведінки засобами масової інформації.

Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) / К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко, В. П. Мележик, О. В. Волошенюк, В. О. Мороз. Київ, 2011.

**Медіа-вплив** – вплив медіа-текстів на аудиторію: в сфері виховання і освіти, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації й т. д.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Медіа-грамотність** – результат медіа-освіти, вивчення медіа. Чим більше ви вивчаєте медіа (з допомогою медіа), тим більше ви медіа-грамотні: медіа-грамотність є здатністю експериментувати, інтерпретувати / аналізувати і створювати медіа-тексти.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Медіа-грамотність** – складова медіа-культури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіа-засобів,

успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіа-джерелами, осмислювати стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-група; авторська група** – група медійних працівників (авторів), що працюють над забезпеченням реалізації певної теми (сюжету, статті, видання) в інформаційному просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 96.

**Медіа-дані** – сукупність різних видів даних, що містять текстову, звукову та візуальну інформацію – графіку, відео, анімацію.

Хасьянова Н. М. Понятие медиа и его трансформация в культуре XX века. Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» - 13 с. (дата звернення: 16.01.2018).

**Медіа-дидактика** – теорія медійного навчання, що включає цілі, зміст, організаційні форми, способи і засоби, що допомагають розвитку медіа-грамотності / медіа-компетентності.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 25.

**Медіа-дидактика** – частина педагогіки, що займається питаннями застосування медіа в навчальному процесі, розробкою інформаційно-освітніх технологій, особливостями дистанційного навчання, розробкою й апробацією нових дидактичних мультимедіа (електронних навчальних посібників, програм, підручників тощо).

Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) / К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко, В. П. Мележик, О. В. Волошенюк, В. О. Мороз. Київ, 2011.

**Медіа-дискурс** — це тип мовленнєвої діяльності в медіа, спроектований на інформування аудиторії щодо різних сфер суспільного життя засобами масової комунікації (через телебачення, радіо, Інтернет, друковану пресу та ін.).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 96.

**Медіа-дослідження** — дослідження особливостей засобів масової інформації (мови, мети, завдань, функцій комунікації, типології жанрів, текстів та ін.), результативності їх впливу на мовну свідомість реципієнтів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 96.

**Медіа-екологія** — розділ духовної екології, в якому розглядаються основні принципи медійного репертуару, культури медіа-сприйняття; створення своєрідного імунітету проти низькоякісних медіа-текстів, залучення до медіа-культури, оволодіння духовно-моральними і естетичними критеріями оцінювання медійних образів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 29.

**Медіа-залежність** — термін описує відносини між інформаційною системою та соціальною, визначає залежність між медіа та людиною як «відносини, в яких потенціал людей для досягнення своїх цілей залежить від інформаційних ресурсів системи масових засобів масової інформації».

Хасьянова Н. М. Понятие медиа и его трансформация в культуре XX века. Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» - 13 с. (дата звернення: 16.01.2018).

**Медіа-імунітет** — здатність особистості протистояти агресивному медіа-середовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіа-продукції, що передбачає медіа-обізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати

інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-канал** – сукупність однотипних засобів і способів поширення інформації, що передбачають й однотипний тип їх сприйняття споживачами. Нині розрізняють численні медіа-канали: телебачення, радіо, Інтернет, реклама і навіть окрема людина як медіа-канал.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 372.

**Медіа-карта** – схема мас-медійного ресурсу (як друкованого, так і віртуального), за допомогою якої створюються його реклама та PR. Часто використовується в медіа-плануванні.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 96.

**Медіа-картина світу** – особливий тип реальності в медіа, пов'язаний із безперервною інформаційною діяльністю людини, в якому концептуалізується пізнаваний простір, що супроводжується постійною екстерналізацією змісту свідомості окремих людей, її проекції на масову аудиторію.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 97.

**Медіа-клуб** – установа, що включає комплекс виставкових і медіа-залів, студій, медіа-теку і т. п. У рамках медіа-клубу проходять колективні обговорення медіа текстів (нерідко за участю їх авторів). Медіа-клуб, що спеціалізується тільки на кінематографії називається кіноклуб.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 25.

**Медіа-компетентність особистості** – сукупність її мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню і передачі медіа-текстів в різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 26.

**Медіа-компетентність педагога** – сукупність його мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють медіа-освітній діяльності в аудиторії різного віку.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 26.

**Медіа-компетентність** – рівень медіа-культури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіа-культурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіа-культури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція)  
URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzheniya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіакратія** – особливий тип діяльності медіа, спрямований на нівеляцію функції аудиторії, на яку розрахований інформаційний потік. Ідеться про можливість лише споглядання за процесами, подіями, що відбиваються у ЗМІ, без особливого впливу на їх перебіг.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 98.

**Медіа-критика** – сфера журналістики, творчо-пізнавальна діяльність, в ході якої здійснюється критичне пізнання й оцінка соціально значущих, актуальних творчих, професійно-етичних аспектів інформаційного виробництва в засобах масової інформації з акцентом на творчу сторону медійного змісту; це спілкування з аудиторією, в процесі якого на основі аналізу, інтерпретації та оцінки медіа-текстів, жанрово-стильових форм їх втілення виявляється вплив на сприйняття медійного змісту, на уявлення про матеріальний і духовний світ, що формуються в свідомості аудиторії.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 26.

**Медіа-культура** – культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіа-культура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzheniya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-культура** – сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей в галузі медіа, а також історично певна система їх відтворення та функціонування в соціумі; стосовно аудиторії «медіа-культура» може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатного сприймати, аналізувати, оцінювати медіа-текст, займатися медіа-творчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 26.

**Медіа-лінгвістика** – нова міжгалузева гуманітарна дисципліна, що займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 98.

**Медіалогія** (англ. *media studies*) – нова самостійна дисципліна, предметом якої є всебічний аналіз історичного розвитку, сучасного стану та особливостей функціонування системи засобів масової комунікації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 99.

**Медіа-мистецтво** – це вид мистецтва, твори якого створюються та представляються за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних (або медіа) технологій, переважно таких, як відео, комп'ютерні та мультимедіа технології, Інтернет.

Хасьянова Н. М. Понятие медиа и его трансформация в культуре XX века. *Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум»* - 13 с. (дата звернення: 16.01.2018).

**Медіа-носії** – носій, що використовується для передачі інформації. Напр., флеш-носії, CD-диск та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 99.

**Медіа-носії** – представник певного медіа-каналу, що генерує і поширює масову інформацію, наприклад, певна газета, журнал, інтернет-видання, телеканал тощо. Важливими характеристиками медіа-носія є масштаб розповсюдження (наклад), репутація тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 373.

**Медіа-обізнаність** – складова медіа-культури, яка передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння забезпечити себе від деструктивних медіа-інформаційних впливів і вільно орієнтуватися у світі інформації.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-освіта** – напрям у педагогіці, що виступає за вивчення «закономірностей масової комунікації» (преси, телебачення, радіо, кіно, відео і т.д.). Основні завдання медіа-освіти: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 26.

**Медіа-освіта** – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-освітні технології** – методично-організаційні засоби навчального процесу з використанням періодичних видань, радіо,



телебачення, кіно, а також програмно-апаратних засобів і пристроїв, що забезпечують операції збирання, оброблення, накопичення, збереження й передавання інформації.

Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) / К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко, В. П. Мележик, О. В. Волошенюк, В. О. Мороз. Київ, 2011.

**Медіа-освітній рух** – інтеграція громадських об'єднань різного спрямування, державних інституцій освітнього, культурного та іншого профілю у напрямку розвитку медіа-культури суспільства, зокрема дітей і молоді.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-педагоги** – вчителі, викладачі, вихователі всіх ланок системи освіти, працівники бібліотек, керівники і співробітники медіа-студій різного профілю в структурі центрів роботи з молоддю та інших організацій, які мають відповідну педагогічну і медіа-психологічну компетентність і впроваджують медіа-освіту.

Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).

**Медіа-педагогіка** – сукупність педагогічних концепцій, теорій, технологій і методик, що базуються на комплексному застосування медіа і є специфічним напрямом педагогіки з такими складовими як медіа-дидактика (проблеми, роль, функції, і значення медіа в навчанні) і медіа-виховання (проблеми медіа використання медіа-ресурсів і пропозицій).

Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) / К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко, В. П. Мележик, О. В. Волошенюк, В. О. Мороз. Київ, 2011.

**Медіа-план** – документ, який передбачає певний розрахунок щодо забезпечення, наповнення інформаційного потоку, створення відповідного типу інформації з урахуванням методів її поширення, функцій та аудиторії, на яку вона розрахована.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 99.

**Медіа-планування** – процес формування каналів поширення реклами, що зводиться до вибору медіа-носіїв для доставки рекламного повідомлення адресатові, а також оптимізації схеми розміщення реклами, з огляду на об'єктивні показники.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 373.

**Медіа-поведінка** – система психічних, фізичних і соціальних дій індивіда, що склалися в результаті його взаємодії з медіа-середовищем, спрямованих на самореалізацію його особистості і задоволення інформаційно-комунікаційних потреб.

Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. 243 с.

**Медіа-презентація** – презентація результатів професійної діяльності людини чи групи людей, організована в медіапросторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 100.

**Медіа-прогноз** – інформація, попередньо передбачена засобами масової інформації. Часто медіа-прогноз подають в аналітичних статтях, коли намагаються передбачити події майбутнього в політичній, економічній, культурній та інших площинах.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 101.

**Медіа-продукт** – те, що виробляє медіа. Напр., медіа-продукт радіо, телебачення та ін. Медіа-продукт завжди нематеріальний, але має духовну, культурологічну, розважальну цінності.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 101.

**Медіа-простір** – комплексна назва інформаційної сфери ЗМІ: сторінки газет, журналів, ефір радіо та телебачення, місце на сервері в Інтернеті та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 101.

**Медіа-ринок** – діапазон охоплення аудиторії засобами масової інформації, що належать тій або іншій компанії.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 101.

**Медіа-система** – комплекс медіа-каналів, медіа-продуктів і медіа-носіїв

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 101.

**Медіа-сприйняття** – сприйняття «медіа-реальності», почуттів і думок авторів медіа-текстів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 24.

**Медіа-текст** – повідомлення, викладене в будь-якому вигляді й жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм тощо.).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 29.

**Медіа-формат** – формат медійного продукту, в основу якого входять концепція, влучна назва, час проведення та ін. Часто

до медіа-формату включається мова медіа-продукту, на яку впливає потенційна аудиторія.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 104.

**Медіа-центр** — установа, що включає комплекс виставкових і кіно / відеозалів, студій, офісів медійних фірм, медіатеку і т. п. Медіа-центр, який спеціалізується тільки на кінематографі, називається кіноцентром (cinema center).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 29.

**Медійний ефект** — різного роду (психологічний, етичний, естетичний, терапевтичний та ін.) вплив, вплив медіа і медіа-текстів на аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 51.

**Мережа соціальна** (в Інтернеті) — веб-сайт або інша служба в Інтернет-просторі, яка реалізує функцію масової комунікації, а отже, дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, складати список людей, із якими вони можуть спілкуватися та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 104.

**Метатеги** (англ. Meta-tags) — частина HTML-коду сторінки, невидима для відвідувачів сайту. Метатеги містять, переважно, інформацію для пошукових машин, а також додаткову інформацію про сайт, його власника, авторські права тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 373.

**Метод «маски»** – сучасний медійний метод, за допомогою якого автор збирає необхідну інформацію через спостереження та експеримент. «Маска» відкривається лише тоді, коли інформація оприлюднена у пресі

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 105.

**Метод аналізу** – загальнонауковий метод, що полягає в аналізі предмета завдяки пізнанню його складових елементів (частин об'єкта, його ознак, властивостей і відношень).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 105.

**Метод анкетування** – метод, типовий, зокрема, і для медіа-сфери, який передбачає опитування масової аудиторії з актуального питання / питань із різних сфер суспільного життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 105.

**Метод бесіди** – метод отримання інформації, подібний до інтерв'ю, але полягає в безпосередній, невимушеній розмові журналіста з реципієнтом. Бесіда не регламентується конкретними запитаннями, а відбувається як діалог із певними логічними, смисловими акцентами на основних завданнях та цілях актуальної проблеми, що описується в статті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 106.

**Метод гіпотетичний** – метод, за допомогою якого дослідник-медіалінгвіст, спираючись на сукупність відомих йому фактів, робить спробу передбачити розвиток досліджуваного ним явища в майбутньому.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 106.

**Метод експерименту** – метод сучасних мас-медіа, що реалізується через заздалегідь підготовлений лінгвістичний експеримент.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 106.

**Метод екстраполяції** – метод у ЗМІ, за допомогою якого автор проєктує та розширює межі отриманої інформації. Дуже часто метод екстраполяції застосовується в аналітичних мас-медіа, зокрема в прогнозі, анкетуванні, огляді та ін. жанрах, спроектованих на глибинний аналіз інформаційного потоку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 107.

**Метод змістово-логічний** – метод у дослідженні сучасних ЗМІ, що полягає у змістовій логіці та увазі до інформаційного потоку, як зі сторони медіа-лінгвіста, так і реципієнта. Значимість змістової логіки (діалектики) полягає в тому, що вона здатна поєднати об'єктивність змісту понять і теорій із їх плінністю, мінливістю, що відбиває дії реального світу. Змістова логіка об'єднує методи аналізу та синтезу, гіпотетичний метод, метод історизму та ін. методи виявлення зв'язків предмета з подібними йому.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 107.

**Метод інтерв'ю** – один із найбільш частотних методів збирання інформації в мас-медіа, який полягає в пошуку журналістом певних супровідних до конкретного питання фактів за допомогою коментування іншими особами подій, процесів, явищ. Метод інтерв'ю може реалізовуватися в усній чи письмій формі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 107.

**Метод історизму** – метод мас-медіа, що тісно пов’язаний із логічним методом і впливає з необхідності у процесі вивчення предмета виявляти індивідуальні риси його розвитку, сутнісних характеристик у зв’язку з іншими подібними предметами, явищами, подіями. Метод історизму вимагає розглядати кожен предмет у діахронії та синхронії, аналізуючи його з погляду виникнення, етапів розвитку та сучасного стану. Цей метод дозволяє реконструювати конкретні риси явища та спостерігати за його еволюцією, виявляти зумовленість нинішнього стану явища щодо попереднього стану. Історичне дослідження узгоджується з теоретичним аналізом, заснованому на логічному методі, що дозволяє виділити з усього різноманіття зв’язків дійсності найбільш істотні з них.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 108.

**Метод критичного аналізу** – метод ЗМІ, дотичний за своїми завданнями до методу критичного дискурс-аналізу. Формується на тому, що знаки мови та способи їх актуалізації не мають нейтрального характеру, а особливо підкреслюють необхідність виявлення й аналізу ідеологічних засобів впливу на мовну свідомість соціуму. Метод критичного аналізу широко використовується в сучасній медіа-лінгвістиці як такий, що дає об’єктивну оцінку медійному продукту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 108.

**Метод медіа-моніторингу** – сучасний метод у медіа-лінгвістиці, що використовується під час створення медійних лексикографічних видань (словників, глосаріїв, енциклопедій та ін.). Метод медіа-моніторингу передбачає паспортизацію слів, словосполучень і речень, що актуальні для сучасного соціуму та які в майбутньому стануть основними для укладання функціональних словників медіа-сфери. Метод медіа-моніторингу майже завжди має авторську інтерпретацію, адже

сприяє самостійному пошукові мовного матеріалу для його подальшого опрацювання.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 109.

**Метод опитування** — метод отримання інформації, за реалізації якого журналіст намагається з'ясувати думку багатьох людей (респондентів) щодо того чи іншого питання. Метод опитування проводиться у форматі запитань / відповідей. Часто респондентам пропонуються варіанти для аналізу одержаних соціологами результатів для виявлення тенденцій розвитку процесів або зміни явищ, зокрема спираючись і на відсоткові характеристики. У результаті медіа-лінгвіст / журналіст може сформулювати уявлення про думки та дійти висновку щодо певних подій, явищ, процесів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 109.

**Метод опрацювання документів** — один із найбільш частотних у медіа методів, який полягає в аналізі документів, що характеризують певні події, ситуації, явища. Існують різні прийоми опрацювання документів, зокрема традиційні та формалізовані.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 109.

**Метод синтезу** — загальнонауковий метод, що полягає в пізнанні цілого як єдності елементів (частин, властивостей, відношень).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 110.

**Метод спостереження** — метод у мас-медіа, заснований на особистому спостереженні журналіста, пізнанні дійсності через чуттєве його сприйняття. Медіа-спостереження є цільовим і спирається на загальні, важливі для інших сфер діяльності умови.



Такий метод характеризується системністю, цілеспрямованістю та послідовністю в доборі й опрацюванні інформації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 110.

**Метод художній** – метод, що уможливорює реалізацію авторського задуму в медіа-тексті. Часто використовується в «бульварній» пресі та є засобом підвищення рейтингу видання на медіаринку. Суть методу полягає в послідовному застосуванні засобів вимислу, які дають необхідну свободу для створення художнього образу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 111.

**Методи медіа-освіти** – способи взаємодії вчителя і учня, за допомогою якого досягаються цілі медіа-освіти. Типові методи: словесні (розповідь, лекція, бесіда, взаємозбагачуючий діалог, обговорення, аналіз, дискусія і т.д.); наочні (перегляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіа-тексту, імпровізація і т.д.).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 29.

**Методика медіа-освіти** – теорія навчання основам медіа-культури (урахованням, варіативності, імпровізації, діалогічної форми викладання і навчання та вимог до складових освітнього процесу).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 29.

**Методологія медіа** – комплекс наукових методів і принципів, покладений в основу дослідження ЗМІ: мови, функцій, прийомів та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 111.

**Мислення аудіовізуальне** – творча діяльність, заснована на емоційно-смісловому співвідношенні і образних узагальненнях частин аудіовізуального тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 30.

**Мислення візуальне** – творча діяльність, заснована на емоційно-смісловому співвідношенні і образних узагальненнях частин візуального тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 30.

**Мислення критичне** стосовно системи медіа і медіа-текстів – аналітичний процес, заснований на розвиненому аудіовізуальному сприйнятті і мисленні. Даний процес призводить до інтерпретації та оцінки сенсу (у тому числі й зашифрованого) медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 31.

**Мікроблог** – блог, в якому, порівняно із звичайним, дописи набагато коротші – складаються з кількох слів чи речень, містять одне фото чи медіа-файл. Мета ведення мікроблогу – інформувати своїх друзів чи колег про події, що відбуваються в житті користувача.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 374.

**Міні-історія** – медійний жанр, тип замітки, що широко представлений у сучасних виданнях, призначених для сімейного читання.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 111.

**Мова HTML** – стандартна мова розмітки документів в Інтернеті, за допомогою якої створюється більшість веб-сторінок. Мова HTML-формату інтерпретується браузером та відображається у формі документа.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 113.

**Мова аудійна** – комплекс засобів та прийомів аудіовиразності й комунікації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова аудіовізуальна** – комплекс засобів і прийомів аудіовізуальної виразності й комунікації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова візуальна** – комплекс засобів та прийомів візуальної виразності й комунікації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова ЗМІ** – лінгвістичні та стильові особливості мови, яка функціонує у сфері масової інформації. У сучасному світі мова ЗМІ інтерпретується як основний засіб впливу на мовну свідомість реципієнтів, а тому позначена кореляцією мовних і позамовних характеристик.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 113.

**Мова інформації** – комплекс засобів і прийомів інформаційного спілкування.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова комунікації** – комплекс засобів і прийомів спілкування.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова медіа** – комплекс засобів і прийомів медійної виразності й комунікації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 52.

**Мова радіо** – усна форма реалізації функціонального стилю масової інформації. Мовленнєва структура радійних текстів зумовлена основними принципами добору засобів (інтонаційно-фонетичних, граматичних, синтаксичних, лексико-фразеологічних), способами їх поєднання та відношення. Основна форма радійних текстів – діалог.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 116.

**Мова реклами** – особлива форма (усна й писемна) стилю ЗМІ. Специфічність реклами як засобу масової інформації полягає в тому, що вона є комунікативно-інформаційним інструментом впливу на мовну свідомість потенційного покупця. Мова реклами зорієнтована на спілкування з масовим адресатом.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 116.

**Мова телебачення** – усний вид стилю масової інформації, в якому, поряд зі словесним та звуковим рядами використовується також відеоряд (візуальний ряд). Під час створення вербального тексту телепередачі варто співвідносити текст із зображеннями, які не повинні дублюватися.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 116.

**Мовлення інформаційне** – система теле-, радіопередач, інформаційних сайтів в Інтернеті, інформаційних носіїв у рекламі, підготовкою яких займаються окремі структурні редакційні підрозділи, що спеціалізуються на оперативному інформуванні аудиторії про найбільш важливі та цікаві події.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 118.

**Моделі комунікації** – соціологічні, психологічні, семіотичні, культурологічні, естетичні, освітні, виховні, етичні та ін., засновані на складній взаємодії комунікатора і реципієнта (користувача, аудиторії).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 30.

**Модератор** (лат. moderator – той, котрий стримує) – журналіст чи користувач, що має ширші права, порівняно з пересічними користувачами на мережевих ресурсах (чатах, форумах та ін.) і виконує функцію контролю за контентом користувачів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 375.

**Модерування** (від лат. moderator – той, котрий стримує) – процес добровільного стеження за дотриманням правил форуму, соцмережі чи іншого інтерактивного середовища.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 375.

**Моніторинг ЗМІ** – дослідження, спостереження над соціальними або політичними явищами та об'єктами, виробленими засобами масової інформації для їх оцінки, контролю або прогнозу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 118.

**Моніторинг інформації** – дослідження, що передбачає аналіз ступеня довіри населення до інформації, який ґрунтується на відкритих опитуваннях, анкетуваннях, а також на незалежних соціологічних звітах.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 118.

**Монтажна фраза** – послідовність кадрів, об'єднаних загальним змістом.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 49.

**Мотивація інтернет-користувачів** (від лат. *move* – приводити в рух, штовхати) – спонування до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, який керує поведінкою людини, визначає його спрямованість, організованість, активність і стійкість; здатність людини діяльнісно задовольняти свої потреби.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 377.

**Мультимедіа** (від англ. *multi* – багато і *media* – носій, середовище) – сукупність апаратних і програмних засобів, що дозволяють вводити, обробляти, зберігати, передавати та демонструвати інформацію в різних цифрових форматах: текстовому, зображальному, звуковому, відео, анімаційному.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 377.

**Мультимедійна стаття** – журналістський матеріал, в якому тема розкрита за допомогою різних медійних форматів (текстовому, графічному, звуковому, відео, анімаційному), що дає змогу створити об'ємну картину події. Наприклад, текст супрово-

джується голосовим повідомленням, анімованим роликом або ж прямою трансляцією через веб-камеру.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 378.

**Мультимедійність** (від англ. multi – багато і media – носій, середовище) – характеристика представлення інформації за допомогою різних медійних цифрових форматів – як тексту, фотографії, аудіозаписів, відеозаписів, графіки, анімації та ін.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 378.

**Мультискріпт** (англ. Interactive Video – інтерактивне відео) – формат подачі інформації, який організує навігацію відеоматеріалами великого обсягу. Сервіс дозволяє оперативну і з високою точністю вибрати потрібний фрагмент відеозапису.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 378.

## Н

---

**Нетикет** (від англ. net – мережа й етикет) – правила поведінки й спілкування в Інтернеті, неформалізовані традиції і культура мережевих спільнот. Ця система неписаних правил хорошого тону має рекомендаційний характер, тобто не є суворо обов'язковою для послуговування, однак її дотримання бажане.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 378.

**Нікнейм** (англ. Nickname) – вигадане мережеве ім'я (псевдонім), що використовується користувачем в Інтернеті, зазвичай на ресурсах спілкування – в блогах, форумах, чатах. Основою для нікнейму може бути власне ім'я чи прізвище користувача, дата чи місце народження, імена улюблених персонажів, героїв, номени предметів, явищ, символи тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 379.

**Новини** – нові відомості, звістки, повідомлення про найважливіші події в країні та світі, подані в медіа.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 124.

**Новітні медіа** (англ. New Media) – сучасні медіа, засновані на цифрових технологіях, наприклад: інтернет-видання, презентації на CD, комп'ютерні ігри, соціальні мережі тощо. Головними їхніми ознаками є мультимедійність, гіпертекстуальність та інтерактивність. Такі медіа генерують інформацію в режимі реального часу, персоналізують її доставку споживачеві, надають йому можливість брати участь у її творенні, впливати на процес колективної медіаторчості. Цими ознаками новітні медіа відрізняються від традиційних ЗМІ.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 379.



# О

**Образ екранний, аудіовізуальний** – матеріалізація авторського задуму в конкретній аудіовізуальній, просторово-часовій формі екранної оповіді.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 31.

**Образ медійний** – матеріалізація авторського задуму в конкретній аудіовізуальній, просторово-часовій формі медійної розповіді.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 31.

**Огляд** – аналітичний жанр медіа, основною ознакою якого є єдність висвітлення суспільних подій і глибокого аналізу суті процесу. В огляді яскраво виявляється позиція оглядача (медіа-працівника). Огляд повинен збуджувати інтерес аудиторії, розповідати їй про події, процеси, що відбуваються в суспільному житті, відстоювати передові погляди та сприяти вдосконаленню «особистої стратегії» громадян, виявляти в явищах їх сутність, показувати протиріччя дійсності та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 128.

**Оголошення** – текстова («мала») форма реклами, яка включає в себе повідомлення в друкованих та Інтернет-виданнях, «біжучий» рядок на телебаченні та в транспорті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 129.

**Оголошення коротке рекламне** – найпопулярніший жанр реклами у друкованих ЗМІ, який включає два елементи – назву рекламного предмету та вказівку на координати рекламодавця.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 129.

**Онлайн** (англ. online, від англ. on line – на лінії, на зв'язку) – режим мовлення «в реальному часі», що є протиположним офлайн. Наприклад, включення в обговорення проектів законів, що розглядаються, спілкування з представниками влади тощо. Нині це поняття часто асоціюється з Інтернетом, наприклад, онлайн-газета.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 379.

**Онлайн медіа; медіа в режимі реального часу** (англ. *on-line media*) – сеанс комунікації в режимі реального часу, пов'язаний із передаванням повідомлення віддаленому користувачеві на його комп'ютер із використанням протоколів Інтернет: FTP, Gopher, www.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 130.

**Оперативна 3d-реконструкція** – відеоролик, який базується на 3D-технологіях. Зображає реально існуючий фізичний об'єкт.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 380.

**Опис** (у медіа) – спосіб викладу матеріалу, мета якого створити цілісну картину за допомогою послідовного вербального представлення характеристик певної події, факту та ін. Особливістю опису є те, що оповідь ведеться з погляду автора, що робить опис – авторсько-композиційним особливим способом викладу матеріалу в ЗМІ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 130.

**Опис інформаційний** (у медіа) — схематизований тип опису, в основу якого покладено беземоційне сприйняття інформації та безобразний його мовний виклад. Схематичність опису інформаційного логічна та відповідає спеціальному призначенню й сфері комунікації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 130.

**Оповідь** (у медіа) — спосіб викладу матеріалу, мета якого дати уявлення про події у хронологічній послідовності епізодів та їх структурних елементів. Кожен епізод оповіді має бути логічно завершеним та емоційно тяжіти до його продовження.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 131.

**Оптимізація під соціальні медіа** (англ. Social Media Optimization, SMO) — комплекс технічних заходів, що мають на меті оптимізацію контенту інтернет-ресурсу для організації більш дієвої взаємодії із соціальними медіа, залучення відвідувачів із соціальних мереж, блогосфери, форумів тощо та формування стабільної спільноти всередині ресурсу, який оптимізують.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 380.

**Освіта / навчання аудіовізуальна** — процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі аудіовізуальних засобів (масової) комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіа-текстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіа-техніки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 31.

**Освіта / навчання інформаційне** – процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі інформації з метою формування культури спілкування з інформацією, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки інформації, навчання різним формам створення і передачі інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 32.

**Освіта / навчання медійне** – процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіа-текстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіа-техніки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 32.

**Офлайн** (англ. offline – не на лінії, поза мережею) – режим мовлення, за якого немає технічної можливості бути підключеним до мережі, працювати в режимі реального часу. У медіа-сфері цим поняттям, протилежним до «онлайн», нині позначають традиційні ЗМІ – телебачення, радіо, друковану пресу, які не працюють в мережі Інтернет, наприклад: офлайнова газета.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 381.

**Оцінка** (у медіа) – характерна риса публічної інформації, яку медіа-лінгвіст (автор) формує під час аналізу дійсності. Оцінка в мас-медіа постає як встановлення відповідності або невідповідності конкретних явищ потребам, інтересам, уявленням (критеріям оцінки) суспільства або тих чи інших людей.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 132.

## П

---

**Памфлет** – медійний різновид художньо-публіцистичного жанру, здебільшого спрямованого проти політичного ладу в цілому або його окремих сторін, проти тієї чи іншої суспільної групи, партії, уряду та ін., часто у спосіб викриття окремих їх представників.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 133.

**Пародія** – медійний твір художньо-публіцистичного жанру, що має на меті створення комічного ефекту у спосіб навмисного пародіювання унікальних рис іншого, як правило, широко відомого твору, ситуації, особистості.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 133.

**Педагогіка медійна** – спеціальна галузь педагогіки, тобто наука про медіа-освіту і медіа-грамотність. Розкриває закономірності розвитку особистості в процесі медіа-освіти.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 32.

**Педагогічне спілкування** – професійне спілкування викладача зі студентами на занятті та поза ним, спрямоване на створення сприятливого психологічного клімату; структурний компонент і одночасно спосіб реалізації методів і прийомів педагогічних впливів, спрямованих на формування особистості.

Подольк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. С. 360.

**Персоналізація** – система забезпечення користувача персонально-орієнтованим контентом, залежно від попередньо зібраної інформації про його потреби, інтереси й уподобання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 381.

**Піратство** – недозволене використання об'єктів інтелектуальної власності з метою отримання прибутку; опублікування, відтворення, виготовлення контрафактних примірників твору та їх розповсюдження.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 383.

**Плагіат** – порушення авторського права через оприлюднення (опублікування) повністю або частково чужого твору під власним іменем.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 383.

**Плейлист** (англ. Playlist) – список (каталог) аудіо- чи відеоматеріалів, створений споживачем на власний смак і для зручного для нього програвання. Він може складатися із пісень, відеороликів, кінофільмів тощо. Плейлисти також широко використовуються за дистанційного відеонавчання, наприклад, можна створити серію уроків і об'єднати їх в одному плейлисті.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 383.

**Повідомлення** – інформаційний варіант медійного тексту. Повідомлення інформаційно пов'язує подію чи факт із редакцією. Повідомлення може слугувати подальшій жанровій дифе-

ренціації та стати основою нових медійних текстів – статті, репортажу, сюжету та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 133.

**Повідомлення медійне** – інформація, передана медійними каналами.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Позиційний контекст** – визначає взаємозалежність об'єктів в просторі електронного видання та їх позиційне розташування.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 383.

**Покликання (у медіа)** – покажчик на інше джерело інформації, веб-сторінку, незалежно від її локалізації. Покликання може бути як текстом, так і малюнком, аудіо- чи відео файлом.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 136.

**Поле медіа-ментальне** – фрагмент медійної картини світу, що спирається на культурні надбання й цінності нації та враховує її ментальні особливості.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 136.

**Порада, рекомендація** – аналітичний жанр сучасних ЗМІ. Публікація текстів, що містять рекомендації (поради) щодо того, як треба вирішувати ті чи інші завдання, є відповіддю на певні інформаційні очікування аудиторії.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 137.

**Портал** – інформаційний сайт, із якого людина регулярно розпочинає роботу в Інтернеті та який вона робить стартовою сторінкою свого браузера. Основна ідея існування порталу полягає в тому, що, створивши певну критичну масу сервісів, можна набрати таку кількість користувачів, яка буде «самонаповнюватися» (після чого відвідуваність портал росте практично без додаткових витрат на рекламу). Тому портал – це сайт із дуже великою кількістю відвідувачів, інформаційно ємний і відомий.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 137.

**Портфоліо** – систематизований набір медіа-текстів, об'єднаних тематично, хронологічно або за іншим принципом. Ефективно застосовується в процесі інформаційної освіти та медіа-освіти.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.

**Пост** (англ. Post) – публікація інтернет-користувача на форумах чи в блогах. Може бути текстовим чи мультимедійним (фото-, аудіо-, відеопости), довільної форми і обсягу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 384.

**Потокове мовлення** – безперервна одночасна трансляція мультимедійних цифрових даних на безліч комп'ютерів по всьому світу чи для обраної групи користувачів у режимі реального часу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 384.

**Похідний твір** – твір, який є творчою переробкою іншого твору без завдання шкоди його охороні (анотація, адаптація, аран-



жування, оброблення фольклору, інша переробка твору) чи його творчим перекладом іншою мовою.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 384.

**Пошта електронна** (англ. E-mail) — технологія та надані нею послуги з пересилки й отримання електронних повідомлень у вигляді т. зв. «електронних листів» в Інтернет-просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 138.

**Пошукова система** — програмно-апаратний комплекс, призначений для здійснення пошуку ресурсів в Інтернеті, збереження відомостей про них у своїх базах і надання користувачу переліку посилань відповідно до його пошукового запиту.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 385.

**Пошуковий індекс** — база пошукової системи, що містить документи та їхні параметри, створена для зберігання документів мережі Інтернет та пошуку в ній за ключовими словами. Пошукові індекси автоматично, за допомогою спеціальних програм (веб-павуків), сканують сторінки Інтернету й індексують їх, тобто заносять в свою величезну базу даних. Пошукові індекси працюють як алфавітні вказівники.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 385.

**Пояснення** — медійний різновид визначення, що використовується в текстах ЗМІ для опису й уточнення певного поняття, явища, факту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 138.

**Правило уніфікації** — однакове представлення даних у межах медійного тексту, що має відповідати загальній концепції видання та правилам його уніфікації зокрема. У медіа навіть за наявності кількох варіантів оформлення обирається один.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 138.

**Прайм-тайм** (англ. Prime time) — час масового перегляду телевізійних передач, «піковий час». Як правило, з 18.00 до 22.00. У радіоефірі, напр., це ранковий час (з 7.00 до 9.00) та ефір на вихідних, в телеефірі — вечірній час (із 19.00 до 22.00).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 140.

**Предмет медіа-освіти** — взаємодія людини з медіа, медіа-мова та її використання, функціонування в соціумі, система знань і вмінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття і аналізу медіа-текстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.

**Преса** — частина ЗМІ, сукупність масових періодичних друкованих, а також електронних видань, призначених для масового читача — газет, журналів, збірок, альманахів, рекламної продукції та ін. Термін походить від назви першої масової газети «La Presse», що вийшла в Парижі в 1836 р.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 140.

**Преса ділова** — друковані видання, в яких розміщена інформація про розвиток бізнесу (малого, середнього та великого), економіку, політику та ін. Преса ділова може бути спрямована на широке коло читачів або видаватися тільки для професіоналів, відповідно містити новини, огляди, аналітичні матеріали.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 140.

**Прес-аташе; голова прес-центру** – офіційна особа, що відповідає за інформаційну політику організації та зв'язки зі ЗМІ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 141.

**Прес-кліпінг** – відстеження й аналіз інформації, що з'являється в медіапросторі. Прес-кліпінг, як правило, проводять впливові медіагрупи, інформаційні агентства, спеціалізовані портали та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 141.

**Прінтнет** (від англ. print і network – друк і мережа) – аудиторія, котра читає і друковане видання, й інтернет-версію, але з великою ймовірністю надасть перевагу другій.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 385.

**Програма-шпигун** (англ. Spyware – від англ. Spy – шпигун і (Soft) ware – програмне забезпечення) – програмний продукт, що несанкціоновано, без відома користувача, встановлюється на його комп'ютері. Після інсталяції програма-шпигун залишається непомітною, але впливає на роботу комп'ютера. Вона може відстежувати діяльність користувача в Інтернеті, збирати про нього конфіденційну інформацію, змінювати налаштування комп'ютера. Виявляють шпигунські продукти за допомогою програм-сканерів.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 386.

**Продукт мас-медіа** – твір, публікація, сюжет, програма, синхрон та ін. результат медійного процесу. Продуктом мас-медіа також називають новий проект, що створюється в медійному просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 145.

**Пропаганда інформаційна** – система прийомів і способів інформаційних впливів на аудиторію з метою активного, наступального нав'язування яких-небудь ідей, думок, суджень.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.

**Пропаганда медійна** – система прийомів і способів медійних впливів на аудиторію з метою активного, наступального нав'язування яких-небудь ідей, думок, суджень.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.

**Простір інформаційно-освітній** – реальність, організована і керована єдиною виробленою концепцією, підходами й механізмами реалізації загальної стратегії формування, розвитку і досягнення цілей підвищення культурного, освітнього й професійного рівнів суб'єктів, об'єднаних на єдиній інформаційній технологічній основі для підтримки навчання та виховання суб'єктів виділеного простору.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 36.

**Простір медіа-освітній** – реальність, організована і керована єдиною виробленою концепцією, підходами й механізмами реалізації загальної стратегії формування, розвитку і досягнення цілей підвищення культурного, медіа-освітнього й професійного рівнів суб'єктів, об'єднаних єдиною інформаційно-технологічною основою для підтримання навчання і виховання суб'єктів вибраного простору.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Прототип** – чорнова реалізація майбутнього електронного видання, що містить у собі опис інтерфейсу та відображає його стиль. Створення максимально ефективного прототипу електронно-

го видання є надзвичайно важливим завданням. Прототип повинен мати якісний вигляд, бути максимально повним, із легкістю оновлюватися.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 386.

**Профайлінг** (від англ. profile – профіль) – систематичний збір інформації про користувачів із метою її подальшого використання в індивідуальному маркетингу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 387.

**Професійна компетентність** – професійна готовність і здатність суб'єкта праці до розв'язання завдань і виконання професійних обов'язків. Це ступінь і основний критерій визначення відповідності суб'єкта посаді, яку він займає.

Подоляк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. 360 с.

**Профіль** – інформація про користувача, що передається браузером на сервер за попереднім запитом.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 387.

**Процес** (у медіа) – динамічна зміна певних станів підготовки медіа-текстів, що знаходяться у причинно-наслідкових зв'язках (якщо... то). Процес в цьому випадку можна розглядати як послідовність взаємопов'язаних дій та подій.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид., випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 147.

**Процес комунікаційний** – обмін інформацією між двома або більше людьми. Основна мета процесу комунікаційного – забезпе-

чити розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 147.

**Психологія медійна** – спеціальна галузь психології, що досліджує психологічні закономірності процесів функціонування медіа в соціумі та психологічні аспекти утримання медіа-текстів різних видів і жанрів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Публікація аналітична** (у медіа) – текст аналітичного жанру, що вербалізує раціонально-теоретичний аналіз об'єкта, зображення, певного процесу. Публікація аналітична – важливий жанровий різновид для виявлення взаємозв'язків між явищами і процесами, причин, наслідків, їх оцінки, прогнозу розвитку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 148.

**Публіцистика** – жанрова характеристика медійного або художньо-літературного твору, специфікою якого є реагування на актуальні суспільно важливі процеси та проблеми через їх документальне відображення, ідейно-політичне осмислення й емоційно-художню оцінку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 148.

# Р

**Радіожурналістика** – єдність медіа-текстів та їх комунікативних особливостей у радійному просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 149.

**Радіорепортаж** – медійний жанр, репортаж радійного мовлення, в якому дотримується принцип хронологічної послідовності подій, де за допомогою образного слова відтворюється картина того, що відбувається.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 149.

**Радіочат** – чат, що використовується в радійному мовленні, в онлайн-режимі та полягає у спілкуванні з радіослухачами засобами мобільного зв'язку в форматі «ді-джей / радіослухач».

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 150.

**Ракурс** – кут зйомки, кут «зору» камери стосовно зображуваного об'єкту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Редагування авторське** – процес авторської редакторської правки медійного тексту. Редагування авторське – один із завершальних етапів роботи з текстом, що полягає у внесенні суто технічних правок.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 150.

**Редагування електронне** – підготовка видань із використанням електронної техніки, перш за все, комп'ютерної. За допомогою

програм обробки текстів і графіки сторінки майбутнього видання набираються і верстаються на екрані комп'ютера. Редагування електронне – сучасний метод літературного редагування у процесі створення, оброблення та правки текстів редактором.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 150.

**Редагування літературне** – прикладна міждисциплінарна галузь філології, що передбачає професійне знання стилістики, її методів, змісту, головних структурних розділів, а також культури мовленню й фундаментальних описових лінгвістичних дисциплін. Редагування літературне займається питаннями (як теоретичними, так і прикладними) організації та структури тексту, методів його комплексного аналізу, а також інтерпретації авторського замислу, аналізу функціонального призначення даного тексту чи рукопису та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 150.

**Режисура видання** (фр. *regisseur*, від лат. *rego* – керую) – здійснення загального керівництва процесом організації внутрішньої будови та художнього оформлення видання, поєднання його складових елементів у монолітну цілісність, гармонійне сполучення та узгодження частин, відповідно до концепції.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 387.

**Рейтинг ЗМІ** – співвідносна «вага» телеканалів, радіостанцій, друкованих видань, на що впливає їх популярність та впливовість у соціумі. Рейтинг ЗМІ встановлюється шляхом опитувань, організованих статистичними організаціями, соціологічними центрами, а також визначається відсотковим співвідношенням «попиту» аудиторії на продукцію видавництва.



Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 151.

**Реклама банерна** – реклама веб-сайту користувача, сторінки, логотипу та ін. шляхом розміщення банерів на тематичних сайтах, у банерних мережах, списках розсилки. Реклама банерна – це один із найпопулярніших типів реклами в Інтернеті, що дозволяє ефективно збільшити відвідуваність веб-сайтів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 151.

**Релевантність** (від лат. *relevare* – підіймати, полегшувати) – адекватність отриманої інформації запиту, семантична відповідність пошукового запиту й пошукового образу документа.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 387.

**Репортаж** – інформаційний жанр мас-медіа, який оперативно, з необхідними подробицями, в яскравій формі повідомляє про будь-яку подію, журналістський матеріал та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 151.

**Репортаж телевізійний** – інформаційний жанр мас-медіа, що транслюється на телебаченні. Видовищність відеоряду – одна з основних характеристик репортажу телевізійного, що відрізняє його від репортажів у пресі та на радіо. Саме репортажі інформаційних та інформаційно-аналітичних телепрограм визначають обличчя того чи іншого телевізійного каналу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 152.

**Репортер** – наймасовіша з медійних професій. По суті, репортерська робота – основа журналістики, адже без кореспондентських

матеріалів, що відображають реальне життя, ЗМІ були б набором архівно-документальних та рекреативних матеріалів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 152.

**Репрезентація медійна** – переосмислення, трактування реальності в медіа-тексті.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Репутаційний сервіс** – веб-сайт або портал, що розміщує інформацію або посилання на поліпшуваний (рекламований) ресурс, а також стимулює користувачів здійснювати його обговорення й давати йому оцінку. Використання можливостей репутаційних сервісів долучають до нетрадиційних методик оптимізації під соціальні медіа.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 388.

**Респондент** – людина, що відповідає на запитання соціологічних служб, організацій та ін. структур для виявлення певного результату (позитивного чи негативного). Респондент – це суб'єкт, що реагує на повідомлення і є джерелом первинної інформації про явища і процеси, які вивчаються.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 153.

**Ресурс електронно-освітній** – інформаційний освітній ресурс, зберігається і передається в електронній формі, найбільш загальне поняття, що відноситься до електронного інформаційного об'єкту, призначений для використання в освіті.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Ресурс інформаційно-освітній** – найбільш широке поняття, що охоплює різні види інформаційних ресурсів (на відміну від ресурсів матеріальних), що використовуються в освіті. Прикладами інформаційних ресурсів є: підручник, відеофільм, редактор тексту, щотижнева телевізійна передача тощо.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Ресурс цифровий освітній** – інформаційний освітній ресурс, який зберігається і передається в цифровій формі, найбільш загальне поняття, що відноситься до цифрового інформаційного об'єкту, призначеного для використання в освіті. Таким об'єктом може бути цифровий відеофільм, редактор звукових файлів, цифровий опис книги тощо

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Реципієнт потенційний** – середньостатистичний реципієнт (читач) видання. Деякі видання вік, освіту, статус реципієнт потенційний досліджують за допомогою соціології.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 154.

**Ринок ЗМІ** – інститут, система, де аналізуються в комплексі засоби масової інформації та аудиторія як споживач кінцевого продукту медіа. Ринок ЗМІ здебільшого стосується друкованої продукції та продукції на електронних носіях, реклами.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 154.

**Ритм** – один із засобів формування медіа-тексту, засноване на закономірній повторюваності в просторі або в часі якихось елементів через співмірні інтервали.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Розкадровка** – покадрове планування медіа-тексту на попередній стадії його створення.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 37.

**Розповсюдження твору** – будь-яка дія, за допомогою якої твір пропонується аудиторії; доведення його до загального відома таким чином, що її представники можуть здійснити доступ до нього з будь-якого місця й у будь-який час за власним вибором.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 388.

**Роль ЗМІ** – значення засобів масової інформації в житті суспільства й держави, а також їх вплив на соціальні й політичні зміни в житті. Роль ЗМІ визначається оперативністю у процесі донесення необхідної інформації до аудиторії, рівню як і об'єктивністю у процесі формування громадської думки.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 155.

## С

---

**Сайт** – сукупність веб-сторінок, доступних у Інтернет-сфері, які об'єднані як за змістом, так і за структурою. Сайт може розміщуватися як на одному, так і на кількох серверах. На сайті розміщується стартова сторінка (головна), з якої починається робота.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 155.

**Свобода масової інформації** – конституційні гарантії незалежного функціонування ЗМІ у країні. Свобода масової інформації має вирішальне значення для побудови демократії та виявлення громадянської активності.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 155.

**Сеанс трансляції** – лінійна передача інформації, яка не надає споживачеві інших можливостей впливати на споживання цієї інформації, окрім як зупинити перегляд. Наприклад: телебачення, кіно.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 389.

**Сервер** – мережевий комп'ютер або програма, що надає послуги інтернет-користувачам. Розрізняють такі типи серверів: пошукові сервери, новинні сервери, факс-сервери, чат-сервери, проксі-сервери та ін. Із зростанням комп'ютерної мережі (коли збільшується кількість взаємозв'язаних комп'ютерів, трафік, фізична відстань між комп'ютерами), зазвичай виникає необхідність у збільшенні кількості серверів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 388.

**Сервіс форумів** – веб-сайт в Інтернеті, що дозволяє будь-якому користувачеві створити свій власний веб-форум.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 156.

**Середовище інформаційне** (information environment) – сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, що забезпечують певний режим роботи і умови

виконання її завдань; реальність, в яку занурюються люди, знаходяться в контактi з медiа.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Середовище інформаційно-освітнє** (information educational environment) – багатоаспектна цілісна, соціально-психологічна реальність, що надає сукупність необхідних психолого-педагогічних умов, сучасних технологій навчання і програмно-методичних засобів навчання, побудованих на основі сучасних інформаційних технологій, забезпечують супровід пізнавальної діяльності та доступу до інформаційних ресурсів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Середовище медiа-освітнє** (media educational environment) – багатоаспектна цілісна, соціально-психологічна медiйна реальність, що надає сукупність необхідних психолого-педагогічних умов, сучасних технологій навчання і програмно-методичних засобів навчання, побудованих на основі сучасних інформаційних та медiйних технологій, забезпечують супровід пізнавальної діяльності та доступу до інформаційних та медiйних ресурсів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Середовище медiйне** (media environment) – сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі медiа-текстів, забезпечують певний режим роботи та умови її виконання завдань; реальність, в яку занурюються люди, що знаходяться в контактi з медiа.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Символ** (symbol) – умовний знак, що позначає інший сенс, образ предмета, який має кілька значень.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 38.

**Символ рекламний** – оригінальний знак, який використовується в рекламі з метою привернення уваги до торгової марки, організації, партії та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 156.

**Система ЗМІ** – об'єднання засобів масової інформації в одне ціле, підпорядковане спільному завданню. Система ЗМІ також є сукупністю всіх засобів масової інформації (друкованих, електронних, Інтернету, реклами), що є у світі або в конкретній країні.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 156.

**Система пошукова** – онлайн-служба (програмно-апаратний комплекс з веб-інтерфейсом), що надає можливість пошуку інформації в Інтернеті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 156.

**Скайп** (англ. Skipe) – програма, розроблена компанією Skype Limited, що дозволяє спілкуватися з усім світом через мережу Інтернет за допомогою веб-камери в режимі реального часу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 157.

**Слайд-шоу** – інструмент, за допомогою якого зображення «перегортаються» самостійно в режимі фотофільму і сприймаються подібно до відео.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 390.

**Слоган** – основна ударна фраза медійного тексту, що містить рекламну пропозицію. Важливим у слогані є стислість та лаконічність.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 159.

**Смайл** (англ. smile – усміхатись) – знак, що використовується для позначення настрою в тексті повідомлення. Буває двох видів: 1) смайл – послідовність символів (букв алфавіту, знаків пунктуації, службових символів); 2) смайл-ідеограма, що схематично зображує людське обличчя.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 390.

**Соціальна мережа** – інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється його відвідувачами, з можливістю зазначення будь-якої інформації про кожного учасника. У соціальних мережах постають співтовариства із спільними інтересами і / чи діяльністю, що генерують свій мультимедійний контент. Зв'язок здійснюється через сервіс внутрішньої пошти, форуми чи миттєвий обмін повідомленнями.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 391.

**Соціальні медіа** (англ. Social Media) – медіа-сервіси, інформаційний продукт яких генерується за мінімальної участі централізованої редакції і за максимальної активності користувачів. Ідеться про соціальні мережі, соціальні закладки, соціальні новинні агрегатори, колективні блоги.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 391.



**Спам** (англ. Spam) – масова несанкціонована (без згоди отримувачів) розсилка інформації переважно рекламного характеру зазвичай електронною поштою. Спамери використовують спеціальні програми-павуки для моніторингу Веб і знаходження всіх e-mail, що там з'являються. При цьому інтернет-користувач сам оприлюднює свій e-mail, беручи участь у чатах, заповнюючи онлайнві форми тощо, й одержує спам. Засобами боротьби зі спамом є автоматична фільтрація листів, «чорні списки» та ін.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 391.

**Спам-коментарі** – коментарі, які публікують з єдиною метою – отримати зворотне посилання, що збільшує ранжування сайту та привертає трафік. Спам-коментарі бувають осмисленими (у них простежується певна відповідність темі коментованого матеріалу), а також штучними, беззмстовними (їх публікують спеціальні програми-боти).

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 391.

**Список розсилки** (в Інтернет-комунікації) – список адрес електронної пошти, що використовується для сповіщення широких мас адресатів одним коротким листом.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 159.

**Співвідносність** – особливість сприйняття, яка виражається в тому, що всі властивості одних об'єктів сприймаються в порівнянні з аналогічними властивостями інших об'єктів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 391.

**Сплеш** (англ. Splash – сплеск) – заголовний, перший кадр відеоілюстрації.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Спливне вікно** (англ. Pop-up) – в інтернет-рекламі це нове вікно браузера, що відкривається для відтворення рекламної інформації; слугує для збільшення трафіку на сайт рекламодавця.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Сплог** (англ. Splog) – блог, створений для просування іншого веб-сайту. Він не містить унікального контенту – наповнюється копіпастом.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Справа видавнича** – галузь культури та виробництва, пов'язана з підготовкою, випуском і розповсюдженням книг, журналів, газет, образотворчих матеріалів та ін. видів друкованої продукції.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 160.

**Сприйняття інформації** – здатність людини до виявлення в інформації смислових, образних взаємозв'язків, встановлення в них закономірностей, суперечностей, кульмінацій; відчуття атмосфери почуттів, значень, асоціацій; визначення свого ставлення до інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 15.

**Сприйняття медійне** – здатність людини до виявлення в медіа-тексті смислових, образних взаємозв'язків між структурними компонентами оповідання (подіями, сценами, епізодами); встановлення в них (художніх) закономірностей, конфліктів, кульмінацій; відчуття атмосфери почуттів, значень, асоціацій; визначення свого ставлення до системи поглядів авторів медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 15.

**Сприйняття мовлення** – система процесів інформаційної переробки тексту, що опосередковує його розуміння. Мінімальною одиницею сприйняття мовлення є слово. За сприйняття графічного тексту (читання) як оперативні одиниці сприйняття виступають і більші одиниці: словосполучення, речення, абзаци та ін. Сприйняття мовлення у прикінцевому результаті має створення поняттєво-образного змісту тексту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 160.

**Сприйняття слухове** – здатність людини до виявлення смислових, образних взаємозв'язків між одиницями звукової інформації; встановлення в них закономірностей, конфліктів; відчуття атмосфери почуттів, значень, асоціацій; визначення свого ставлення до звукової інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 16.

**Стартап** (англ. Startup) – 1) новий амбітний інтернет-проект, що досягає успіху за короткі терміни реалізації; 2) процес створення такого інтернет-проекту на основі інноваційних технологій.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Статистика** (у медіа) – фактична основа тексту (медіа-тексту), що охоплює велику кількість співвідносних понять, фактів, явищ на логічному рівні.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 161.

**Статична ілюстрація** – класична ілюстрація в мультимедійній історії. Як і ілюстрація в традиційному ЗМІ, відображає суть того, що відбувається, розширює інформацію, допомагає вибудувати візуальний ряд. В ідеалі, це кадри з місця подій або архівні знімки, релевантні суті історії.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Стаття** (у медіа) – жанр публікацій, що аналізують деякі ситуації, процеси, явища, в основі яких покладені закономірні зв'язки з політикою, економікою та ін. Стаття визначається як жанр, призначений, насамперед, для логічної інтерпретації актуальних, суспільно важливих процесів, ситуацій, явищ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 161.

**Стаття аналітична** (у медіа) – аналітичний жанр медіа, спрямований на пояснення взаємопов'язаного ряду явищ, узагальнене визначення тенденцій, закономірностей їх взаємодії, встановлення їх цінності, формування прогнозу розвитку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 161.

**Стаття газетна** – медійний аналітичний жанр, текст стилю масової інформації, розміщений у періодичній або спеціалізованій пресі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 161.

**Стаття дослідницька** – публікація, в якій достатньо глибоко й компетентно аналізуються загальнозначущі, проблемні питання, пов'язані з наукою, науково-технічним прогресом, соціальними, політичними процесами та глобалізацією суспільства. Стаття дослідницька відрізняється високим рівнем узагальнення, аналітики, компетентності автора в досліджуваному питанні.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 161.

**Стаття журнальна** – медійний аналітичний жанр, текст стилю масової інформації, розміщений у періодичній або спеціалізованій пресі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 162.

**Стаття критична** – стаття, розміщена в періодичній пресі (Інтернет-виданні), в якій коментується, детально аргументується та дається оцінка явищам, подіям. Стаття критична, як правило, називає й аналізує недоліки цих подій чи явищ.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 162.

**Стаття полемічна** (у медіа) – аналітична публікація, в якій на перше місце виходить диспут, дискусія, полеміка.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 162.

**Стаття практично-аналітична** – медійна стаття, в якій аналізуються глобальні проблеми суспільства з увагою до їх практичних наслідків.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 163.

**Стаття рекламна** – невеликий за обсягом медійний твір у періодичному або Інтернет-виданні, розміщений на правах реклами. Стаття рекламна має на меті привернення уваги читача до конкретної компанії, товару або послуги й донести до нього максимально позитивну інформацію.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 163.

**Стереотипи медійні** (від грецьких слів stereos – твердий і typos – відбиток) (media stereotypes) – схематичні, усереднені, звичні, стабільні уявлення про жанрах, соціальних процесах/події ідеї, людей, домінуючих в медіа-текстах, розрахованих на масову аудиторію.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Стиль масової інформації; стиль мас-медіа; стиль медіа; стиль ЗМІ** – функціональний мовний стиль, який репрезентує широку сферу суспільних відносин: політичних, економічних, культурних, спортивних та ін. Стиль масової інформації формується в сучасній медіа-сфері – журналах, газетах, на радіо й телебаченні, в Інтернеті, рекламі. Основна функція стилю масової інформації – повідомлення соціально значущих новин та їх коментування, оцінка подій і фактів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 166.

**Стрічка новин; «біжучий рядок»** – постійно змінний рядок на телебаченні, новинних (і не тільки) Інтернет-сайтах, що презентує останні новини в різних сферах суспільного життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 171.

**Структура** (лат. structura – побудова, розміщення, від struo – будує, зводжу) – внутрішня будова, певний взаємозв'язок складових

частин цілого. Структура за визначеними законами зв'язує складові частини в єдине ціле, визначає місце кожного з них на сторінці, у виданні. Структура видання матеріалізується в макеті сторінки, а композиція та архітектоніка сторінки утворюють діалектичну єдність, що сприймається як єдине ціле.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 392.

**Супутникове телебачення** – мовлення, що здійснюється через супутник або пряме мовлення до абонента, або шляхом ретрансляції супутникового каналу через кабельну мережу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 393.

**Суспільство інформаційне** (information society) – щабель у розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанням частки інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті (ВВП), виникненням глобального інформаційного простору, забезпечує ефективну взаємодію людей і доступ до світових інформаційних ресурсів, задоволення різних громадських і особистісних інформаційних інтересів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 33.

**Сцена** (scene) – частина медіа-тексту, обмежена місцем дії.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Сценарій** (script, scenario) – літературна основа медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Сюжет** (subject; topic) — зміст дії, «осмислена фабула» медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Сюжетування** — процес встановлення зв'язку між окремими матеріалами з однієї і тієї ж теми для розширення контексту події або явища. Організація матеріалів у сюжету дозволяє легше орієнтуватися в основних інформаційних трендах. Гіпертекстуальне сюжетування пронизує та об'єднує всі змістові елементи веб-сайту, вибудовуючи основні шляхи ознайомлення з контентом. До сюжету можуть належати матеріали з тематичного та жанрового рубрикаторів.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 393.

## Т

---

**Таблоїд** — спосіб розміщення реклами на вуличних щитах або екранах з яскравими світловими написами та сигналами. Таблоїдний формат із переважанням рекламної (зокрема, дрібної, у вигляді оголошень) інформації, властивий багатьом газетам.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 171.

**Таргетінг** (від англ. target — ціль) — рекламний механізм, за допомогою якого виокремлюють цільову аудиторію з усієї наявної і доносять рекламну інформацію тільки до неї.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 393.



**Творець історії** (англ. Story builder) – фахівець, котрий вибудовує певну «історію» (наратив) шляхом відбору і представлення певного контенту. Зазвичай виконує різноманітні функції: редактора текстів, головного редактора, продюсера.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 394.

**Творчість аудійна** (audio creation) – процес творчої діяльності в аудіосфері, заснований на використанні образів звукового ряду, і його предметні результати.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Творчість аудіовізуальна** (audiovisual creation) – процес творчої діяльності в аудіовізуальній сфері, заснований на використанні образів звукозорового ряду, і його предметні результати.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Творчість візуальна** (visual creation) – процес творчої діяльності у візуальній сфері, заснований на використанні образів зорового ряду, і його предметних результатах.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 39.

**Творчість медійна** (media creation) – процес творчої діяльності в медіа-сфері, заснований на використанні образів медійного ряду, і його предметні результати.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Теги** (англ. Tag) – 1) ключові слова (чи словосполучення), якими можна описати певний контент і за їх допомогою відшукати цей контент на веб-сайті; 2) елемент мови розмітки гіпер-

тексту, наприклад: `<html></html>` – тег, що вказує програмі перегляду сторінок (браузеру), що це HTML-документ; `<body></body>` – визначає основну частину документа.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 394.

**Тезаурус** – словник, у якому максимально повно представлені слова мови з вичерпним переліком ілюстрацій їх використання в текстах. У практиці інформаційної роботи велике поширення мають інформаційно-пошукові тезауруси, головне завдання яких – однорідна заміна лексичних одиниць тексту стандартизованими словами й виразами (дескрипторами) при індексуванні документів та використання зв'язків між дескрипторами при автоматизованому інформаційному пошуку документів.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 174.

**Текст** – об'єднана смисловим і граматичним зв'язком послідовність мовних одиниць: абзаців, надфразових одиниць (прозових строф), параграфів, розділів та ін. В усному спілкуванні текст – це явище мовленнєвого процесу, що відзначається завершеністю.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 175.

**Текст аудійний** (audio text) – повідомлення, викладене в будь-якому вигляді й жанрі, і призначене для слухового сприйняття аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Текст аудіовізуальний** (audiovisual text) – повідомлення (телепередача, відеокліп, фільм тощо), викладене в будь-якому вигляді та

жанрі, і призначене для одночасного зорового і слухового сприйняття аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Текст візуальний** (visual text) – повідомлення (фотографія, німий фільм, плакат та ін.), викладене в будь-якому вигляді та жанрі, і призначене тільки для зорового сприйняття аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Текст медійний** (media text) – повідомлення (телепередача, відео-кліп, фільм тощо), викладене в будь-якому вигляді і жанрі медіа, і призначене для одночасного зорового і слухового сприйняття аудиторією.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Тектоніка** (від грец. τεκταίνω – майструю, будую) – конструктивно-матеріальний аспект, наочне і художнє вираження властивостей видання, його конструктивної і технологічної основи.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 394.

**Тележурналіст** – працівник на телевізійному каналі, який робить відеорепортажі, що висвітлюють в ефірі події; журналіст. Тележурналіст – професія творча, що передбачає широку гуманітарну освіту, а також талант і вміння швидко, якісно створювати тексти / передачі, в яких відбито актуальні проблеми сьогодення.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 176.

**Тележурналістика** — єдність медіа-текстів та їх комунікативних особливостей в телевізійному просторі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 176.

**Телекомунікація** — спосіб передачі інформації за допомогою телебачення.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 175.

**Телеміст** — сукупність технічних й організаційних заходів, спрямованих на забезпечення двостороннього аудіо- та відеозв'язку між двома й більше віддаленими об'єктами за допомогою засобів телевізійної техніки, супутникового або іншого виду зв'язку.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 176.

**Телеприсутність** — набір технологій, що дозволяє користувачеві, зокрема за допомогою спеціальних пристроїв, отримати враження від того, що він знаходиться і / або впливає на події, що відбуваються на місці, відмінному від його місця перебування.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 177.

**Тема (theme)** — життєвий матеріал медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 40.

**Теми WordPress** — безкоштовні шаблони, варіанти дизайну, створені для блогів, що використовують платформу WordPress.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 394.

**Темп мовлення** – швидкість відтворення елементів мови (звуків, складів, слів) в потоці мовлення. Темп мовлення є одним із важливих компонентів інтонації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 178.

**Тероризм медійний (media terrorism)** – цілеспрямоване, планомірне, систематичне використання можливостей засобів масової інформації (мас-медіа) для створення і тиражування почуттів страху (жаху, неспокою, тривоги) і розповсюдження їх в інформаційному просторі в цілях маніпулювання громадським свідомістю.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Техніка мовлення** – це набір практичних навичок спеціального дихання, артикуляції, дикції, постановки голосу та ін.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 178.

**Технічна естетика** – наукова дисципліна, що комплексно вивчає соціальні, естетичні, функціональні, ергономічні й технічні аспекти формування предметно-просторового середовища і складає науково-методичні основи дизайну.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 394.

**Технічне завдання** – вихідний документ створення електронного видання, згідно з яким проводиться його розробка, затвердження, апробація.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 395.

**Технології аудіовізуальні** (visual technologies) – сукупність методів, аудіовізуальних засобів, що забезпечують здійснення збору, зберігання, переробки й передачі аудіовізуальної інформації.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології інформаційно-комунікаційні** (information & communication technologies) – сукупність методів і засобів збору, обробки, зберігання й розповсюдження звукової, графічної, текстової та цифрової інформації в інтересах користувачів; сукупність супутніх комунікаційних коштів.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології медіа-освіти** (media education technologies) – сукупність методів, прийомів, способів створення педагогічних умов для ефективної медіа-освіти різних вікових груп населення.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології медійні** (media technologies) – засоби створення медіа-текстів за допомогою комплексу медіа-техніки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології мультимедійні** (multimedia technologies) – способи підготовки електронних документів, що включають візуальні та аудіоефекти, мультипрограмування різних ситуацій під єдиним управлінням інтерактивного програмного забезпечення. Під засобами мультимедіа розуміють комплекс апаратних і програмних засобів, що дозволяють користувачеві спілкуватися з комп'ютером, використовуючи різні середовища: графіку, гіпертекст, звук, анімацію, відео.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології навчання аудіовізуальні** (audiovisual educational technologies)

– способи побудови діяльності із застосуванням аудіовізуальних засобів для досягнення педагогічних цілей.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 46.

**Технології навчання інформаційні** (information educational technologies)

– сукупність сучасної комп'ютерної і медійної техніки, засобів телекомунікаційного зв'язку, інструментальних програмних засобів, що забезпечують інтерактивний програмно-методичний супровід сучасних технологій навчання.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 47.

**Технології навчання медійні** (media educational technologies)

– способи побудови діяльності із застосуванням медіа для досягнення педагогічних цілей.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 47.

**Технологія ЗМІ** – обсяг знань і досвіду ЗМІ, застосовувані ними для досягнення мети – донесення інформації до аудиторії.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 178.

**Типографіка** (грец. τυπος – відбиток і γραφο – пишу, зображую) – графіка, зображальними елементами якої є шрифти різних алфавітів; графічне оформлення друкованого тексту за допомогою складання і верстки з використанням норм і правил, специфічних для конкретної мови.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 395.

**Типологія електронних видань** – класифікація електронних видань за різними ознаками.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 395.

**Тираж** – кількість примірників друкованого видання з однією назвою. Тираж зазвичай встановлюється видавництвом (редакцією) спільно з маркетологами після вивчення читацького попиту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 179.

**Тотожність** – цілковита подібність об'єктів. Вона характеризує рівність і нерівність, повторюваність і неповторюваність, схожість і відмінність, безперервність і переривчастість певних властивостей, зв'язків, тенденцій. Найпростіша форма тотожності – застосування цілком подібних об'єктів (за розміром, формою, тоном): повторюваний візерунок орнаменту, текстові блоки однакового розміру.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 396.

**Трансграничність** – властивість всесвітнього поширення інформації незалежно від географічного розташування редакції ЗМІ.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 396.

**Трафік** (англ. Traffic – рух, транспорт, торгівля) – обсяг інформації (в байтах), що надходить на комп'ютер із мережі і виходить із нього в мережу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 397.



**Трекбек** (англ. Trackback) – автоматичне сповіщення власникові блогу про те, що хтось посилається на його статтю. Трекбеки також можуть мати спамовий характер.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 397.

**Тролінг** (англ. Trolling) – грубе порушення мережевого етикету (нетикету); розміщення в Інтернеті провокаційних, брутальних повідомлень з метою викликати конфлікти між користувачами, образи, марнослів'я, війну редагувань тощо.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 397.

## У

---

**Умовність медіа-тексту** (media text convention) – елементи коду, загальноприйнятий спосіб сповіщення про специфічне значення тієї або іншої частини медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Унікальний відвідувач** – інтернет-користувач, що відвідав веб-сайт бодай один раз. Наприклад, якщо веб-сайт відвідали два користувачі, причому перший зайшов на нього двічі, а другий – тричі, то відвідувань було п'ять, а унікальних відвідувачів – два.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 398.

**Упередження інформаційні (information bias)** – переваги якої-небудь точки зору, забобони щодо якої-небудь інформації, її впливу на аудиторію, їх ролі в суспільстві тощо.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.

**Упередження медійні (media bias)** – переваги певній точці зору, забобони щодо медіа-текстів, їх впливу на аудиторію, їх ролі в суспільстві тощо.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 35.



**Фабула (plot, story)** – ланцюг подій у сюжеті медіа-тексту.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Факт (у медіа)** – новина, реальна подія, сенсація, що є основою медійного повідомлення. Факт обов'язково має перевірятися редактором щодо точність матеріалу, вичерпного розкриття теми, що мають найбільш важливе значення для факту. Під фактом також розуміють будь-який елемент позатекстової дійсності, що знайшов відображення в медіа-тексті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 180.

**Фандрайзинг медійний (media fundraising)** – формування бюджету медійного проекту з різних джерел (державних, спонсорських, грантових, особистих тощо).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Фейлетон** – медійний художньо-публіцистичний жанр, у якому сатирично зображуються недоліки суспільного життя.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 180.

**Фільмотека (film library)** – приватна або публічна колекція, фільмофонд (у тому числі і в електронному вигляді, у Інтернеті). Близькі поняття: бібліотека, медіа-тека, фонотека, фототеки, відеотеки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Флейм** (англ. Flame – вогонь) – суперечка заради суперечки, обмін повідомленнями в популярних місцях мережевого спілкування (форумах, чатах тощо). Це словесна війна, що зазвичай навіть не має стосунку до першопричини суперечки. Повідомлення флейму можуть містити особисті образи, орієнтовані на подальші чвари.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 399.

**Флуд** (англ. Flood – приплив, повінь) – активно поширювані комунікатором в Інтернеті повідомлення (часто у великих обсягах), які не містять жодної нової чи корисної інформації, тобто марнослів'я. На форумах флудом називають будь-яке повідомлення, що не стосується теми форуму. Флуд – одна із специфічних стратегій і форм спілкування, інструмент комунікацій в Інтернеті.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 399.

**Фокус-група медійна (focus media group)** – обрана за певними ознаками аудиторія для вивчення реакції на ту або іншу інформацію,

медіа-текст. Методи збору даних про реакції, думки певної групи залежать від конкретних цілей дослідження.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Фон комунікативний** – знання, що допомагають сприйняти медіа-текст не тільки на інтралінгвальному, а й екстралінгвальному (логічному, культурологічному та ін.) рівнях.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 180.

**Фонотека (sound library)** – приватна або публічна колекція, фонд звукових текстів (у тому числі і в електронному вигляді, в Інтернеті). Близькі поняття: бібліотека, медіа-тека, фонотека, фототеки, відеотеки.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Форма видання** – спосіб існування і вираження його змісту. Форма – активний компонент, синергетично об'єднаний із змістом не лише прямим, а й зворотнім зв'язком, бо спроможний впливати на нього. Вона містить у собі дві взаємозалежні сторони: внутрішню форму – структуру; зовнішню форму – оформлення.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 399.

**Формат таблоїдний** – варіант розташування інформації на медійних порталах із використанням великої кількості реклами, банерів, графічних та відеозображень. Формат таблоїдний передбачає мінімум інформації, що є лаконічною, а її розміщення – компактним.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 181.

**Форми медіа-освіти** (forms of media education) – інтеграція в традиційний навчальний предмет, автономні уроки, лекції, семінари, факультативи, гуртки, медіа/кіностудії, медіа/кіноклуби, обов'язковий предмет у спеціалізованих навчальних закладах, спецкурси та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Форум** – жанр інтернет-комунікації, захід, що проводиться для постановки або вирішення ряду актуальних чи глобальних проблем.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 181.

**Фотобанк** – спеціалізований каталог зображень, автори яких публікують свої твори для продажу.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 399.

**Фотострічка** – похідні розповіді про подію за допомогою фотографій: добірка знімків, побудована за класичними канонами фоторепортажу. Можливий мікс різних ілюстрацій, що стосуються загальної теми.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавничка справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 400.

**Фототека** (photo library) – приватна або публічна колекція, фонд фотографій, слайдів (в тому числі і в електронному вигляді, у Інтернеті).

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Фраза-скріпа** – особливий елемент медіа-композиції, який забезпечує внутрішній зв'язок підтем, абзаців та є смисловою ланкою, що сполучає частини тексту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 182.

**Фрейм** – структурна одиниця медійного поля, певна система уявлень, збережених у пам'яті (людини / соціуму), стереотипна одиниця (універсум), що спирається на фонові знання реципієнта та не підлягає додатковому тлумаченню.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 182.

**Функції ЗМІ** – медійні завдання, що їх виконують ЗМІ в соціумі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 183.

**Функції інформації** (information functions) – пізнавальна, соціальна, психологічна, регулятивна, впливаюча, культурологічна, прогностична, маніпулятивна, розважальна та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 48.

**Функції комунікації** (communication functions) – інформаційна, пізнавальна, соціальна, психологічна, регулятивна, що впливає, культурологічна, прогностична, маніпулятивна, розважальна та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 49.

**Функції медіа-критики** (media criticism functions) – інформаційно-комунікативна, просвітницька, пізнавальна, регулятивна, корекційна, соціально-організаторська, комерційна, культурологічна, маніпулятивна та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 49.

**Функції медіа-освіти** (media education functions) – інформаційно-комунікативна, просвітницька, пізнавальна, корекційна, соціальна, психологічна, культурологічна, естетична, етична, практико-орієнтована та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 49.

**Функції медійні** (media functions) – інформаційна, пізнавальна, соціальна, психологічна, регулятивна, впливаюча, культурологічна, прогностична, маніпулятивна, розважальна та ін.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 49.

**Функція ідеологічна** – функція ЗМІ, що пов'язана з соціальним та політичним орієнтуванням ЗМІ, з прагненням вплинути на світоглядні основи та ціннісні орієнтири аудиторії, на самосвідомість людей, їх ідеали та прагнення, включаючи мотивацію поведінки і вчинків.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 183.

**Функція комунікативна** – одна з основних функцій ЗМІ, функція спілкування, налагодження контакту.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 183.

**Функція культурно-освітня** – функція ЗМІ, що полягає в участі мас-медіа у пропаганді й поширенні в суспільстві високих культурних цінностей, вихованні соціуму на зразках національної та світової культури, що сприяє всебічному розвитку людини. Таким чином, ЗМІ, виконуючи культурно-освітню функцію, виступає своєрідним інститутом культури суспільства.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 183.

**Функція рекламно-довідкова** – функція ЗМІ, пов’язана з інформатизацією та глобалізацією суспільства та із задоволенням утилітарних запитів різної потенційної аудиторії (туризм, наука, освіта, сад, город, колекціонування, хобі та ін.).

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 183.

**Функція рекреативна** – функція ЗМІ, що полягає в задоволенні духовних потреб людини; ЗМІ у функції рекреативній постає видом розваги, зняття напруги та отримання задоволення в читача / глядача / слухача.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

**Функція соціально-організаторська** – безпосередньо-організаторська функція ЗМІ в суспільстві, в якій найбільш наочно виявляється роль журналістики як «четвертої влади» в державі.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

## Х

---

**Хакер** (від англ. to hack – рубати) – спеціаліст із комп’ютерних технологій, котрий здійснює неправомірний доступ до комп’ютерів та інформації.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 400.



**Хард-ньюз** (англ. Hard news) – об’єктивна інформація; новини, що підтверджуються відеокадрами. Щоденні повідомлення про події, які є головними темами дня.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

**Хедлайн-ньюз** (англ. Headline news) – екстрені новини, сенсаційне повідомлення. Зазвичай, виходять поза основним часом виходу програми новин, а тому мають позначку «спеціальний випуск».

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

**Хостинг** (англ. Hosting) – 1) послуга з надання обчислювальних потужностей для фізичного розміщення інформації на сервері, що постійно перебуває в мережі (зазвичай Інтернет). 2) послуга з розміщення обладнання клієнта на території провайдера із забезпеченням підключення його до каналів зв’язку з високою пропускнуою здатністю.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 400.

**Хронологія зворотня** – тип хронології, коли виклад матеріалу в медіа-тексті ведеться з кінця до початку. Часто такий вид хронології застосовується в журналістському розслідуванні, коли відома подія, але не відомі її причини та наслідки.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

**Хронологія змішана** – хронологічні відступи від прямої чи зворотної хронології викладу медіа-подій, застосовується в художньо-публіцистичних жанрах та в медіа-текстах на паперових носіях.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 184.

**Хронологія пряма** – тип хронології, коли виклад матеріалу в медіа-тексті відповідає реальному ходу подій у просторі й часі. Існує детальна та коротка хронологія пряма, у медіа хронологія пряма застосовується в аналітичних текстах, програмах, коли необхідно строго задокументувати подію.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 185.

## Ц

---

**Цензура** (у медіа) – контроль офіційної (світської, духовної та ін.) влади за змістом, випуском у світ і поширенням медійної продукції, щоб не допустити або обмежити поширення ідей і відомостей, визнаних цією владою небажаними або шкідливими. За способами здійснення цензура поділяється на попередню цензуру і остаточну цензуру.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 185.

**Цитата** – здебільшого короткий уривок з літературного, наукового чи будь-якого іншого опублікованого твору, що використовується з обов'язковим посиланням на його автора і джерело цитування іншою особою в своєму творі з метою зробити зрозумілішими свої твердження чи для посилання на погляди іншого автора в автентичному формулюванні.

Новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 401.

**Цитата** (у медіа) — включення чужого мовлення, вербального чи невербального, в авторський медіатекст; буквально відтворені фрагменти чужої мови на підтвердження чи спростування авторського погляду. Розглядається як особливий вид фактичного матеріалу.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 185.

**Цитування** (у медіа) — один зі способів передачі чужої мови (у формі цитат). Традиційно розглядають цитування пряме, непряме та алюзійне. В медіа цитатами можуть бути фрагменти тексту, усного висловлювання, зображального чи звукового ряду.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 185.

**Цитування алюзійне** — оброблений добре відомий текст, у якому легко простежується першоджерело. Часто використовується у традиційних жанрах ЗМІ, рекламі та на телебаченні. Смыслова основа алюзії — паралельна передача двох потоків інформації: першоджерела та переосмисленого варіанта.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 186.

**Цитування непряме** — недослівна передача чужого мовлення в медійному тексті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 186.

**Цитування пряме** — дослівна передача чужого мовлення в медійному тексті.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 186.

**Цілісність смыслова** — тематична, змістова єдність, смыслова завершеність медіа-тексту, що підпорядкована його основній ідеї.

Цілісність смислова опрацьовується редактором на початку фахової роботи з медіа-матеріалом.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 186.

**Цільова аудиторія електронного видання** – частина аудиторії інтернет-користувачів, що має спільні соціально-демографічні параметри та культурні вподобання, презентує сегмент потенційних споживачів інформаційного продукту і на означену специфіку якої зорієнтоване електронне видання.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 401.

**Часовий контекст** – часове середовище проєктованого видання, відповідність його стилістиці епохи, а також певна система відліку візуалізації дій у межах інтерактивного середовища.

Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С. 401.

## Ч

---

**Чат (chat)** – мережева форма спілкування on-line.

Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С. 51.

**Чат; чаттер** – засіб обміну повідомленнями з комп'ютерної мережі в режимі реального часу, а також програмне забезпечення, що дозволяє організовувати таке спілкування. Характерною особливістю чату є комунікація в реальному часі або близька

до цього, що відрізняє чат від форумів та інших т. зв. «повільних» засобів комунікації.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 187.

## Ш

---

**Штамп мовний** (у медіа) — стилістично маркована мовна одиниця, що в масовій мовній свідомості носіїв даної мови сприймається як стійка, умовно експресивна, а отже, функціональна одиниця для вираження певного змісту. Штамп мовний відрізняється від стандарту, стереотипу і кліше, які є стилістично маркованими за іншими сферами вживання, зокрема офіційно-ділового стилю.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 188.

**Штамп мовленнєвий** (у медіа) — частотний, семантично й синтаксично однотипний вислів, що втратив експресію. Штамп мовленнєвий — це еволюція мовних одиниць від семантичної та функціональної повноти — до його нівеляції, умовності, визначеної сферою використання.

Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С. 188.

## Список використаних джерел

1. Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. К.: Паливода А. В., 2012. С.
2. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид, випр. і доп. К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. С.
3. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. С.
4. Подоляк Л. Г., Юрченко В. І. Психологія вищої школи: підруч. для студ. ВНЗ. 3-є вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2011. 360 с.
5. Левківський К. М., Іванов В. Ф., Даниленко В. І., Мележик В. П., Волошенюк О. В., Мороз В. О.: навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). – Київ, 2011.
6. Цымбаленко С. Б. Путешествие в мир информации, или «Как информационно-коммуникативные процессы меняют мир, общество, человека»: монография / науч. ред. А. В. Гагарин. Москва: РУДН, 2015. С.
7. Мариновська О. Я. Готовність учителя-практика до інноваційної діяльності: технологічний інструментарій. *Електронний збірник наукових праць Запорізького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти*. 2014. № 3 (17). URL: [http://virtkafedra.ucoz.ua/el\\_gurnal/pages/vyp17/Marynovska\\_2014.pdf](http://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp17/Marynovska_2014.pdf) (дата звернення: 17.03.2017)
8. Засоби масової інформації та їх роль у суспільному житті URL: <http://bibl.com.ua/informatika/5545/index.html> (дата звернення: 19.04.2017).
9. Крошка С. А., Матліна О. В. Використання медіа-засобів у соціально-гуманітарній роботі лисичанського педагогічного

- коледжу як чинників впливу на процес виховання особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 2 (291), 2015. С.
10. Психологічна діагностика особливостей когнітивного розвитку молодших школярів в умовах інформаційного суспільства: монографія / С. А. Гончаренко, А. Й. Ваврик, Є. П. Верещак та ін.; за ред. С. А. Гончаренко, Л. О. Кондратенко. К.-Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2014. С.
  11. Закон України про інформацію № 2657-ХІІ от 02.10.1992 URL: <http://www.bezpeka.com/ru/lib/lawua/art515.html> (дата звернення: 04.08.2017).
  12. Інформатизація освіти – це... Технології інформатизації освіти URL: <http://hair2014.ru/informatyzatsiya-osvitytse-tehnologiyi-informatyzatsiyi-osvity/> (дата звернення: 09.10.2017).
  13. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. 243 с.
  14. Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) / К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко, В. П. Мележик, О. В. Волошенюк, В. О. Мороз. Київ, 2011.
  15. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні (нова редакція) URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 15.12.2017).
  16. Хасьянова Н. М. Понятие медиа и его трансформация в культуре XX века. Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» - 13 с. (дата звернення: 16.01.2018).
  17. Що таке «медіа»? URL: <http://genomukr.ru/nauka-j-osvitu/10464-shho-take-media.html> (дата звернення: 03.03.2018).
  18. Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації. *Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія* : зб. наук. праць. К.: НАУ, 2011. № 1 (13). С. 135–138.

**Довідникове видання**

Плугіна Альона Петрівна  
Бірюк Людмила Яківна

**Словник-довідник  
з медіа-освітньої діяльності**

*Навчальний посібник для студентів  
спеціальності 013 – Початкова освіта*

*Верстка - А. Хованський*

Здано до друку 25.07.2018. Підписано до друку 27.07.2018.  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Гарнітура NewtonС. Ум. друк. арк. 8,83. Обл.-вид. арк. 7,06.  
Наклад 300 прим. Замовлення № 160. Ціна договірна.

**Вінниченко М.Д.** 40022, Україна, м. Суми, вул. Бельгійська, 9/10.  
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,  
виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції  
серія ДК № 2314 від 14 жовтня 2005 року, м. Київ

**Відруковано:** ПП «Світ друку»,  
Україна, м. Суми, вул. Троїцька, 17. Тел. (0542) 252-108.