

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА НОВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ

КОРОТКИЙ СЛОВНИК МЕДІА

Упорядники: Даниленко О. В. (д.і.н., професор)

Даниленко С. В. (к.і.н., доцент)

Київ – 2024

Затверджено на засіданні кафедри новітньої історії України
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №1 від 30.08.2024 р.)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

професор, доктор історичних наук,

член-кореспондент НАПН України В.П.Капелюшний;

професор, кандидат історичних наук

Г.П.Савченко;

доцент, кандидат історичних наук

О.В.Вербовий

© Даниленко О.В.

© Даниленко С.В.

А

- ✧ **АБОНЕНТ** – споживач, який на підставі договору отримує доступ до *медіапродукту* або медіапослуги на певний строк.
- ✧ **АВТОР** – творець *медіапродукту* або медіапослуги, що може бути результатом колективних зусиль, витвором синтетичного медіа мистецтва. Це може бути *А.* сценарію, *А.* тексту, *А.* музики, декоратор, режисер-постановник передачі та ін. У *А.* можуть бути *співавтори* – режисери, оператори, художники тощо.
- ✧ **АВТОРСЬКЕ ПРАВО** – виключне право на відтворення, публікацію і продаж змісту та форми твору / продукту (журналістського, дизайнерського, рекламного та ін.).
- ✧ **АГЕНТСТВО РЕКЛАМНЕ** – професійна організація, що надає своїм клієнтам повний чи обмежений об'єм послуг з планування і організації реклами, за дорученням і за кошти рекламодавця. Розрізняють повносервісні і спеціалізовані агентства.
- ✧ **АД КОПІ** (ad copy) – текстове наповнення рекламного оголошення.
- ✧ **АДВЕРТАЙЗИНГ** (англ. Advertising) – реклама; повідомлення, створене з метою привернути увагу, викликати інтерес у потенційного покупця / споживача.
- ✧ **АДМЕН** – загальна назва людей, які працюють у сфері реклами (спеціаліст з реклами, рекламний агент).
- ✧ **АЛОГІЗМ** – свідоме порушення логічних правил: об'єднання в один ряд, співставлення, протиставлення логічно неоднорідних понять в рекламному чи іншому тексті.
- ✧ **АНАЛІЗ АУДИТОРІЇ** – дослідження потреб, інтересів, поведінки та характеристик споживачів *медіаконтенту*.
- ✧ **АНАЛІТИЧНІ ЖАНРИ** – жанри *публіцистики*, в яких аналіз є головним методом: *стаття*, коментар, рецензія тощо.
- ✧ **АНІМАЦІЯ** – техніка створення рухомих зображень шляхом послідовної зміни кадрів, які трохи відрізняються один від одного і сприймаються людським оком як постійний рух. *А.* може бути виконана в різних техніках: намальована від руки чи з допомогою комп'ютера.

- ✧ **АНОНС** – коротке повідомлення про майбутню подію чи *медіапродукт*, з метою привернення уваги і зацікавлення *аудиторії*.
- ✧ **АНОТАЦІЯ** – короткі відомості про *медіапродукт*.
- ✧ **АНТИРЕКЛАМА** – вид реклами, створений для формування негативного ставлення до певного товару, послуги чи фірми.
- ✧ **АПЛІКАЦІЯ** – графічний або декоративний елемент, наклеєний чи доданий до основного носія для привернення уваги або покращення сприйняття *контенту*.
- ✧ **АРТ-ДИРЕКТОР** – керівник, відповідальний за художнє оформлення *медіапродукту*.
- ✧ **АУДИТОРІЯ ЦІЛЬОВА** – група людей, на яку розраховано певний матеріал чи *медіапродукт*. *А.ц.* може визначатися як до пропозиції матеріалу чи продукту, так і після вивчення поточної ситуації.
- ✧ **АФІША** – рекламний жанр, що спеціалізується на письмовому (частіше – друкованому) оповіщенні широкої *аудиторії* про майбутню подію для привернення уваги аудиторії.

Б

- ✧ **БАЛАГАНИ** – тимчасові споруди для циркових чи естрадних артистів на ярмарках.
- ✧ **БАНЕР** (англ. Banner – прапор, транспарант) – графічне зображення, аналогічне рекламному модулю в пресі, що часто містить анімовані (або відео-) елементи, а також є гіперпосиланням на сайт рекламодавця чи сторінку з додатковою *інформацією*; транспарант-розтяжка, прямокутні чи трикутні планшети із пластику, тканини чи паперу з рекламним текстом; заголовок на всю ширину газети, «шапка».
- ✧ **БАРТЕРНА РЕКЛАМА** – угода між *редакціями засобів масової інформації* про надання місця під рекламу на взаємовигідній основі.
- ✧ **БАСОРАМА** (англ. Bus-o-rata – рама-на-автобусі) – рекламна панель, яка встановлюється на даху або боках автобусів і містить рекламні повідомлення.
- ✧ **БІЛБОРД** (англ. Billboard афіша, реклама на дошці) – рекламні щити, які встановлюють, як правило, на самих жвавих трасах і магістралях; газетний заголовок, надрукований окремо від тексту.

- ✧ **БІЛЬДРЕДАКТОР** (нім. Bildredakteur) – спеціаліст, який знаходить і вибирає фотографії чи ілюстрації для публікації.
- ✧ **БІНГО-КАРТА** – листівка, вложена в газету чи журнал, призначена для замовлення рекламованого там товару.
- ✧ **БЛІКФАНГ** (нім. Blickfang, англ. Eye-catcher) – прийом оформлення, спрямований на негайне привернення та утримання уваги споживача.
- ✧ **БЛОГ** – *інтернет*-ресурс, основний зміст якого: записи, *статті*, медіа, що регулярно додаються; мережевий журнал подій.
- ✧ **БЛОК-БАСТЕР** – комерційно успішний *медіапродукт*, розрахований на широку аудиторію.
- ✧ **БОКС** – рекламне оголошення, вміщене в рамку.
- ✧ **БОТ** – автоматизоване програмне забезпечення для виконання певних повторюваних завдань в *інтернеті*.
- ✧ **БРАУЗЕР** (від англ. Web browser) – програмне забезпечення для перегляду веб-сайтів, тобто для запиту веб-сторінок з мережі *інтернет*, їх обробки, виводу на екран і переходу від однієї сторінки до наступної.
- ✧ **БРЕНДІНГ** – сфера системи маркетингових комунікацій, що займається розробкою фірмового стилю, його елементів, формуванням унікального іміджу *медіа*, який би відрізняв його від конкурентів.
- ✧ **БУКВИЦЯ (ІНІЦІАЛ, ЛІХТАРИК)** – перша прописна буква тексту (розділу, параграфу, *статті*) збільшеного розміру, набірна чи намальована.
- ✧ **БУКЛЕТ** – рекламне видання з текстом та ілюстраціями в вигляді одного листка друкованого матеріалу, сфальцьованого будь-якими способами в два згини і більше.
- ✧ **БУЛЬВАРНА ПРЕСА** – газети і журнали, що публікують сенсаційний, розважальний і емоційно привабливий вміст, розраховані на невибагливого читача.
- ✧ **БУТЕРБРОД** – акцентовані частини в *ЗМІ*, відокремлені від основного тексту лініями зверху і знизу; матеріал, заверстаний в інший матеріал більшого розміру.

В

- ✧ **ВАРТІСТЬ ПЛЮС** – покриття рекламодавцем всіх витрат плюс доплата за терміновість і якість розміщення реклами в *медіа*.
- ✧ **ВЕБІНАР** – захід (семінар), що проводиться в режимі реального часу з метою збільшення відвідуваності веб-сайту, залучення потенційних клієнтів, проведення масштабних тренінгів тощо.
- ✧ **ВЕБ-ОГЛЯДАЧ** – див. *Браузер*.
- ✧ **ВЕБ-СЕРВЕР** – програмне забезпечення або комп'ютер, який приймає запити від користувачів через мережу *інтернет* або локальну мережу та надає їм доступ до веб-сторінок, файлів або інших ресурсів.
- ✧ **ВЕРСТКА** – технологічний процес складання полос газети, журналу чи *інтернет*-ресурсу з набору рядків, заголовків, ілюстрацій і т.д. у відповідності з *макетом*; використовується і як синонім композиції полоси.
- ✧ **ВИБІР ЦІЛЮВИХ РИНКІВ** – один з напрямків маркетингової діяльності *редакції медіа* з виявлення ринків, які становлять найбільший інтерес для *медіа* і де можна діяти ефективніше за конкурентів. Передбачає визначення поточного попиту, прогнозування попиту, сегментацію ринку, визначення цільового ринку і позиціонування ринку.
- ✧ **ВИДАННЯ КОРПОРАТИВНЕ** – некомерційне періодичне видання, яке є власністю компанії, читацьку *аудиторію* якого складають переважно її співробітники; один із інструментів позиціонування чи підтримання позитивного іміджу *медіа*.
- ✧ **ВІДКРИТТЯ** – лівий верхній кут полоси газети, журналу чи екрану гаджета.
- ✧ **ВІЗУАЛІЗАЦІЯ** – виявлення конкретних ідей, знань, відомостей в ілюстративній формі; тенденція, яка характерна для сучасних масових комунікацій загалом, суть якої полягає в усе більш активному використанні *візуальної інформації*.
- ✧ **ВІЗУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ** – *інформація*, розрахована на візуальне сприйняття. *В.І.* не обмежується різноманітними зображеннями: письмовий (в т.ч. друкований) текст, елементи графічного оформлення текстів та зображень – це також *В.І.*
- ✧ **ВІЛЬНИЙ ТИРАЖ** – тираж, що поширюється серед читачів безкоштовно.

- ✧ **ВРІЗКА (ВВОДКА, КОРЗИНКА, іноді ЛІД)** – невеликий вступ, який пояснює читачу чи глядачу зміст і значення матеріалу, розміщеного нижче.
- ✧ **ВИВОРОТКА** – біле зображення (букви, малюнки) на чорному чи кольоровому фоні.

Г

- ✧ **ГАЗЕТА** – паперове періодичне видання, присвячене подіям поточного політичного і суспільного життя. Один з основних *засобів масової інформації*, назва походить від італійської дрібної монети gazzetta, якою в Венеції XVI ст. оплачували зведення новин.
- ✧ **ГЕРОЛЬДИ** – *глашатаї*, сфера діяльності – рицарські турніри, повідомлення про них, тлумачення зображень на родових гербах.
- ✧ **ГЛАШАТАЙ** – офіційна або публічна особа, яка оголошує важливі повідомлення, укази, події чи новини перед громадою.
- ✧ **ГІПЕРПОСИЛАННЯ** (англ. Hyperreference або Hyperlink) – частина електронного (гіпертекстового) документу, що посиляється на інший елемент (команду, текст, заголовок, примітку, зображення) в самому документі, на інший об'єкт (файл, директорія, додаток), розташований на локальному комп'ютері чи в комп'ютерній мережі, або на елементи цього об'єкта.
- ✧ **ГОРИЩЕ** – верхня частина полоси (екрану); крупний матеріал – кореспонденція, *стаття*, нарис, розміщений в верхній частині полоси (екрану).
- ✧ **ГРОМАДСЬКА ДУМКА** – вияв суспільної свідомості, який виражається в масових оцінках соціальними групами актуальних проблем; судження суспільства про щось, виражає позицію схвалення чи засудження, регулює поведінку індивідів та соціальних груп, насаджує певні норми суспільних відносин.

Д

- ✧ **ДАЙДЖЕСТ** – короткий огляд преси; газета чи журнал, що передруковують найцікавіші матеріали з інших видань.
- ✧ **ДВОЇСТИЙ ПОДІЛ ПОЛОСИ** – спосіб оформлення сторінки або *макету*, коли простір поділяється на дві частини з різними блоками *контенту*, наприклад, текстовим і візуальним.

- ✧ **ДЕБАТИ** – публічне обговорення якоїсь суспільно важливої проблеми з формулюванням різних точок зору на проблему.
- ✧ **ДЕВІЗ** – висловлювання основної ідеї, суті реклами.
- ✧ **ДЕЗІНФОРМАЦІЯ** – це навмисно поширювана неправдива *інформація*, яка має на меті ввести в оману, спотворити реальні факти або маніпулювати думкою *аудиторії*.
- ✧ **ДЕМАРКЕТИНГ** – різновид маркетингу, який використовується в умовах надмірного попиту на товар / послугу. Реалізується різними методами: припинення рекламних заходів, скорочення стимулювання продажів і т.д.
- ✧ **ДЖИНГЛ** – рекламна музична композиція чи фраза, що може використовуватись як звуковий товарний знак.
- ✧ **ДИЗАЙН** – художнє проектування тих чи інших об'єктів (в т.ч. *media*), засноване одночасно на принципах функціональності та естетичності. Поняття дизайну вирізняється від понять «оформлення», «стиль», що характеризують процес створення чи сам зовнішній вигляд *media*, але не обов'язково роблять його краще з функціональної точки зору.
- ✧ **ДИСКУРС** (лат. Discursus – міркування) – сукупність висловлювань, думок, суджень, оцінок певного явища, об'єкта, проблеми.
- ✧ **ДІРЕКТ-МЕЙЛ** (пряма поштова реклама) – рекламне звернення, що надсилається поштою конкретному представнику *аудиторії цільової*.
- ✧ **ДИСКУСІЯ** – публічна суперечка, що має на меті шляхом співставлення різних точок зору знайти правильне вирішення проблеми; це публічна суперечка «для встановлення істини».
- ✧ **ДИСПУТ** – публічна, завчасно підготовлена суперечка з певної суспільно значущої проблеми.
- ✧ **ДІЛОВА ПРЕСА** – *засоби масової інформації*, темою яких переважно є бізнес, а основними читачами – керівники, підприємці, бізнесмени.
- ✧ **ДЕОНТОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКА** – сукупність етичних норм і принципів поведінки журналіста при виконанні своїх професійних обов'язків.
- ✧ **ДОСЬЄ** – підбірка матеріалів щодо певної особи, з певної теми чи проблеми за попередній період.

- ✧ **ДРУК** – сукупність способів і прийомів отримання зображення на папері чи інших матеріалах методом перенесення шарів фарби з друкованої форми на матеріал, який задруковується (розрізняють високий, глибокий, трафаретний, плоский, офсетний, типоофсетний, флексографський, струменевий та ін. способи друку); процес отримання друкованих відбитків.

Е

- ✧ **ЕДУТЕЙНМЕНТ** (англ. Edutainment) поєднання слів education (освіта) та entertainment (розвага), яке означає навчальний *контент*, поданий у розважальній формі.
- ✧ **ЕЛЕКТРОНА РЕКЛАМА** – реклама, що транслюється по радіо, телебаченню та за допомогою інтернету.
- ✧ **ЕСЕ (ЕСЕЙ)** (фр. Essai – спроба, нарис, від лат. Exagium – зважування) – невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і висловлює індивідуальні думки та враження з конкретного приводу чи питання і не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми; жанр, який лежить на перетині художньої та публіцистичної (часом науково-популяризаторської) творчості.
- ✧ **ЕХО-ФРАЗА** – вираз в кінці текстового рекламного повідомлення, який повторює (дослівно чи за змістом) заголовок чи основний мотив повідомлення.

Ж

- ✧ **ЖОВТА ПРЕСА** – див.: *бульварна преса*.
- ✧ **ЖИТЄВИЙ ЦИКЛ ПРОДУКТУ** – час життєздатності продукту на ринку – з моменту першопочаткової його появи на ринку до припинення його реалізації на даному ринку; складається з таких стадій: впровадження, ріст, зрілість, спад.
- ✧ **ЖОРСТКА РЕКЛАМА** – енергійна, напориста манера подачі рекламних оголошень з конкретним вказанням товару чи послуги («жорсткі продажі»).
- ✧ **ЖУРНАЛ** (франц. Journal, першопочатково – щоденник) – періодичне видання в вигляді книжки, що містить твори політичного, наукового і т.п. характеру різних авторів, а також окрема книжка такого видання. На радіо і телебаченні: періодична *інформація* – підбірка повідомлень про поточні події чи на певну тему.
- ✧ **ЖУРНАЛІСТ** – працівник, який займається *журналістикою*.

- ✧ **ЖУРНАЛІСТИКА** – професійна діяльність зі збору, аналізу, перевірки та поширення актуальної *інформації*; комплекс каналів передачі масової *інформації*.

3

- ✧ **ЗАГОЛОВОК** – назва матеріалу, яка підсумовує основну ідею матеріалу та привертає увагу читача або глядача.
- ✧ **ЗАМІТКА** – інформаційний публіцистичний жанр, що вирізняється стислим викладом. В 3. викладається певний факт чи ставиться конкретне питання.
- ✧ **ЗАМАЛЬОВКА** – художньо-публіцистичний жанр, що вирізняється відносною стислістю, висвітлює ключові факти, атмосферу або враження події, часто у художньо-образній формі.
- ✧ **ЗАМОВНА СТАТТЯ** – оплачений матеріал рекламного характеру, що виходить з помітками типу «На правах реклами» (іноді – без поміток).
- ✧ **ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ЗМІ)** – система *редакцій* друкованих (газети, журнали) та цифрових (телебачення, радіомовлення, інтернет), зареєстрованих у встановленому порядку періодичних видань.
- ✧ **ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ** – інструменти та технології, які використовуються для передачі *інформації* великій кількості людей. До них належать преса (газети, журнали), радіо, телебачення, кіно, інтернет, а також інші форми (наприклад, реклама).
- ✧ **ЗАСТАВКА** – невелика орнаментальна, ілюстративна чи відео- композиція, що виділяє чи прикрашає початок повідомлення друкованого видання чи сюжет в *media*.
- ✧ **ЗВЕРСТАТИ** – скомплектувати полосу чи періодичне видання загалом, для підготовки до друку чи публікації.
- ✧ **ЗВІТ** – один з інформаційних жанрів *публіцистики*, покликаний оперативно повідомляти про подію, яка щойно відбулась.
- ✧ **ЗВУКОВІ ЕФЕКТИ** – записані в натуральному звучанні або імітовані в студії звуки навколишнього життя: звуки природи (вітер, дощ, гроза, спів птахів), виробничі шуми (завод, будівництво), транспортні шуми (поїзд, літак), батальні шуми і т.п.
- ✧ **ЗМІ** – див. *ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ*.

- ✧ **ЗОБРАЖЕННЯ** – іконічний знак, що використовує людина для представлення і передачі *інформації*.

I

- ✧ **ІЛЮСТРАЦІЯ** – *зображення* в *медіа*, що пояснює чи доповнює текст чи сюжет (малюнок, фотографія, схема і т.п.).
- ✧ **ІНДЕКС ПОПУЛЯРНОСТІ** – одиниця вимірювання популярності *медіа* (наприклад, в 1% домогосподарств досліджуваного району були ввімкнені радіоприймачі чи телевізори для прослуховування чи перегляду певної програми за певний проміжок часу).
- ✧ **ІНДИВІДУАЛЬНЕ ГЛИБИННЕ ІНТЕРВ'Ю** – інтерв'ю в формі вільної бесіди з навідними питаннями, що використовується для вивчення споживацької *аудиторії*.
- ✧ **ІНТЕРАКТИВНІСТЬ** – властивість *контенту* або *медіа*, що дозволяє користувачеві активно взаємодіяти з *інформацією*, впливати на її перебіг або отримувати персоналізовані відповіді.
- ✧ **ІНТЕРВ'Ю** (англ. Interview) – публіцистичний жанр; бесіда або письмове надання *інформації*, вибудоване за певним планом через безпосередній контакт інтерв'юера з респондентом з обов'язковою фіксацією відповідей.
- ✧ **ІНТЕРНЕТ** – комунікаційна мережа, яка забезпечує обмін *інформацією* та доступ до інформаційних ресурсів у всьому світі.
- ✧ **ІНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕР** (англ. Internet Service Provider, ISP, букв. постачальник інтернет-послуг) – організація, що надає послуги доступу до мережі *інтернет* та інші, пов'язані з *інтернетом*, послуги.
- ✧ **ІНТЕРПРЕТАЦІЯ** (лат. Interpretatio) – роз'яснення, тлумачення наукових і літературних текстів, творів образотворчого мистецтва; також – відтворення (наприклад, у музиці); смисл, значення, яким при передачі *інформації* наділяє її адресат; те, в що перетворюється думка / ідея / вислів на іншому боці комунікаційного ланцюжка після декодування *інформації* реципієнтом.
- ✧ **ІНТЕРПРЕТАТОР** – суб'єкт, який відтворює / пояснює / ретранслює *інформацію* (як оригінальну, так і видозмінену).
- ✧ **ІНТЕРФЕЙС** (англ. Interface – поверхня предмету, перегородка) – сукупність засобів і методів взаємодії між елементами системи (в т.ч. *медіа*).

- ✧ **ІНФОРЕКЛАМА** – реклама значної тривалості (від 30 хвилин до 1 години), розроблена в телерекламному бізнесі США, що виконує важливу функцію позиціонування фірми на старті рекламної кампанії. *І.* створюється спеціально організованими і обладнаними студіями, переважно, з допомогою найновіших сучасних технологій.
- ✧ **ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ** – жанри *публіцистики*, в яких головним є оперативне повідомлення про факт чи подію (замітка, звіт, репортаж та ін.).
- ✧ **ІНФОРМАЦІЯ** – сукупність відомостей; повідомлення про щось (розрізняють *І.* первинну, вторинну, індивідуальну, масову, спеціальну, вихідну, управлінську).

К

- ✧ **КАДРОПЛАН** – серія послідовних *замальовок*, що використовується при підготовці телевізійної реклами. Крім основних сцен, супроводжується описом дій і текстом, який необхідно висловити чи заспівати.
- ✧ **КАЛАМБУР** – стилістичний прийом, який спирається на використання багатозначності, омонімії і паронімії.
- ✧ **КАМПАНІЯ РЕКЛАМНА** – комплекс організаційно-технічних заходів, що проводяться в певний час в рамках єдиної програми по досягненню визначеної рекламної мети.
- ✧ **КАТАЛОГ** – рекламне, як правило, ілюстроване видання, що містить систематизований перелік наявних товарів / послуг.
- ✧ **КАЧКА** – позначення неправди, брехні в медіа (лат. NT (не перевірено) – читається як «енте» і німецькою означає «качка»).
- ✧ **КЛІП** – короткий відео- або аудіоматеріал з метою передати ідею чи рекламне повідомлення.
- ✧ **КЛІШЕ** – друкована форма високого друку (штрихові, растрові, виворотні *К.*); образ чи шаблон, який часто використовується в журналістиці чи рекламі.
- ✧ **КОЛЛАЖ (МОНТАЖ)** – прийом, який часто застосовується в *медіа*-дизайні, що заснований на поєднанні різних фотографій чи фотографій і малюнків в єдину композицію; зображення, зроблене таким чином.
- ✧ **КОЛОДЯЗЬ** – редакційний матеріал, з рекламними блоками з двох боків і знизу.

- ✧ **КОЛОНТИТУЛ** – постійний елемент періодичного видання, що позначає порядковий номер полоси (**КОЛОНЦИФРА**) і включає також дату виходу, загальний номер і назву видання (*логотип*).
- ✧ **КОЛУМНІСТ** – журналіст, оглядач, який веде постійну колонку в *media*.
- ✧ **КОМЕНТАР** (лат. *Commentarium, Commentarius* – помітки, тлумачення) – роздуми, роз'яснювальні і критичні зауваження про щось; аналітичний жанр *публіцистики*, покликаний оперативно пояснювати суть актуальної суспільно-політичної події, документу і т. д.
- ✧ **КОМПЛЯЦІЯ** (лат. *Compilatio* – складання) – матеріал, створений на основі зібрання, узагальнення та поєднання *інформації* з чужих робіт, але без власного аналізу чи авторської інтерпретації.
- ✧ **КОМПОЗИЦІЙНО-ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ (КГМ)** – модель, що включає найтипівіші особливості змісту та форми *media*: головну тематику, структуру, форми організації та подачі матеріалів і способи графічного вираження всіх змістових компонентів *media*.
- ✧ **КОМПОЗИЦІЯ** – побудова, організація матеріалів в єдине ціле, обумовлена «формулою *media*», його типом, традиціями, актуальним змістом і багато в чому визначає його сприйняття. Розрізняють *композицію media*, що позначає змістовий, структурний зв'язок, і графічну *композицію* – спосіб зв'язку елементів оформлення.
- ✧ **КОМПОТ-МАКЕТ** – сумбурна верстка, полоса з багатьма шрифтами різних кеглів та ілюстрацій, з нагромадженням заголовків.
- ✧ **КОМУНІКАНТ** – учасник комунікаційного акту, вербального спілкування.
- ✧ **КОМУНІКАТИВІСТИКА** – галузь знань, науковий напрям, що вивчає феномен *масової комунікації*.
- ✧ **КОМУНІКАТОР** – особа чи група осіб, які створюють повідомлення в *media*.
- ✧ **КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ** – професійна діяльність, спрямована на досягнення ефективної *комунікації* всередині організації, а також між організацією і зовнішнім середовищем.
- ✧ **КОМУНІКАЦІЯ** – інформаційний аспект спілкування; процес обміну *інформацією* між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання *інформації*.

- ✧ **КОМУНІКАЦІЯ МАСОВА** – процес поширення *інформації* з допомогою технічних засобів на великі розосереджені *аудиторії*.
- ✧ **КОНКЛЮЗІЯ** – художньо оформлене запрошення на придворні урочистості чи академічні диспути XVII–XVIII ст.; завершальна думка, яка підсумовує матеріал.
- ✧ **КОНТЕНТ** – наповнення (вміст) *медіапродукту*.
- ✧ **КОНТЕНТ-АНАЛІЗ** – метод кількісного та якісного дослідження наповнення (вмісту) *медіапродукту*, для виявлення закономірностей, тенденцій, прихованих смислів, вживання термінів і понять тощо.
- ✧ **КОНТРАСТ** – принцип дизайну, який полягає в протиставленні чорного – білому, великого – дрібному і т.п.; співвідношення між товщиною основних і додаткових штрихів букви.
- ✧ **КОНТРОЛЬОВАНИЙ ТИРАЖ** – обмежений тираж *медіа*, який надходить тільки конкретним споживачам.
- ✧ **КОРЕКТУРА** – процес виправлення помилок і усунення технічних недоліків в коректурному відбитку перед публікацією; сукупність коректурних виправлень, зроблених на відбитках в процесі їх читання.
- ✧ **КОРРЕСПОНДЕНТ** (фр. Correspondent (лат. Correspondere – відповідати, повідомляти) – те ж саме, що і журналіст, як правило, співробітник *засобів масової інформації*, який надсилає повідомлення з місця; спеціальний кореспондент (*спецкор*) – співробітник *ЗМІ*, спеціально відкомандирований за *інформацією* про щось; власний кореспондент (*власкор*) – кореспондент саме даного *ЗМІ*; *позаштатний кореспондент* – журналіст, який не є штатним співробітником певного *ЗМІ*, але співпрацює з ним, надаючи *інформацію* та репортажі (він може працювати на умовах *фрілансу*, отримуючи оплату за конкретні матеріали або на основі угоди).
- ✧ **КОРЕСПОНДЕНЦІЯ** – один із основних аналітичних жанрів *публіцистики*, призначений оперативно повідомляти про конкретні ситуації та факти.
- ✧ **КУПОН** – талон, що являє собою відрізнi (вирізнi) частини рекламних оголошень, і дає право купувати товари по пільговим цінам.

Л

- ✧ **ЛЕТЮЧКА** – оперативна виробнича нарада співробітників *редакції*.

- ✧ **ЛЕТЮЧИЙ ЛИСТОК** (англ. Flyer, від to Fly – «літати») – текст, написаний чи надрукований на окремому листі паперу, нерідко наповнений рекламною *інформацією*.
- ✧ **ЛІДЕР ДУМОК** – член референтної групи, який в силу своїх особистих характеристик і / або спеціальних знань може мати / вже має вплив на інших членів групи, впливаючи таким чином на їхню поведінку.
- ✧ **ЛІД** (англ. Lead – очолювати) – перше речення чи абзац інформаційного повідомлення; газетна *інформація*, розміщена на видному місці; найбільш важливе повідомлення в *media*.
- ✧ **ЛИСТІВКА** – найпростіший вид поліграфічної і прямої поштової реклами, який являє собою одно- чи двостороннє друковане видання без згинів і фальцовки, присвячене одній темі.
- ✧ **ЛИЦЕ МЕДІА (ОБЛИЧЧЯ МЕДІА)** – стабільна сукупність взаємозалежних між собою внутрішніх і зовнішніх ознак і особливостей, через які виявляється ідейно-тематичний зміст, тип і графічна індивідуальність *media*.
- ✧ **ЛОГОТИП** – графічний символ, зображення або стилізована назва, що ідентифікує *media* (компанію, продукт, особу), допомагаючи їм стати впізнаваними.
- ✧ **ЛЮДИ-СЕНДВІЧІ** – спосіб рекламування з допомогою конструкції з двох частин з рекламними текстами, одна з яких розміщується спереду, а інша – на спині. Носіям такої реклами потрібно постійно знаходитись в русі.

М

- ✧ **МАКЕТ** – графічний план газетної чи журнальної полоси, призначений для її верстки.
- ✧ **МАНІПУЛЮВАННЯ** – вплив на людину з метою заохотити здійснити певні дії несвідомо чи всупереч її бажанню.
- ✧ **МАНІПУЛЯЦІЯ СВІДОМІСТЮ** – дії *комунікатора*, спрямовані на зміну психологічних установок, ціннісних орієнтацій, поведінки індивідів і цілих аудиторій незалежно від їхнього бажання.
- ✧ **МАРКА** – назва, термін, знак, символ, малюнок чи їх комбінація, призначені для ідентифікації *медіапродукту* чи *медіахолдингу* і диференціювання його від продуктів конкурентів (може включати марочне ім'я, марочний знак і товарний знак; розрізняють марку виробника і приватну марку).

- ✧ **МАС-МЕДІА** (англ. mass media – *засоби масової інформації*) – сукупність каналів і засобів, які дозволяють передавати *інформацію* одночасно великій кількості людей.

- ✧ **МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ** (англ. Mass Communication) – процес передачі *інформації* групі людей одночасно за допомогою *мас-медіа*; дисципліна, яка вивчає різні засоби, за допомогою яких окремі люди і організації передають *інформацію* через *засоби масової інформації* великим сегментам населення одночасно (теорія масових комунікацій).

- ✧ **МЕДІА** (англ. Media, від лат. Medium – посередник) – засоби передавання, зберігання та відтворення *інформації*, призначені для її донесення крізь просторові, часові чи інші перепони. В широкому розумінні будь-яка знакова система, зафіксована в певній формі, є *медіа* – наприклад, усна мова, зображення чи друкований текст. Проте зазвичай під *М.* розуміють технічні засоби та канали комунікації: радіо, телебачення, інтернет, поширення знімних носіїв *інформації*, що формують особливе середовище *комунікації*.

- ✧ **МЕДІАБАЙНГ** – покупка засобів поширення реклами (**МЕДІАБАЄР** – спеціаліст по закупці місця чи часу в *засобах масової інформації*).

- ✧ **МЕДІАДИСПЛЕЇ** – рекламоносії, які є екранами або цифровими панелями, розташовані у різних місцях для привернення уваги *аудиторії*.

- ✧ **МЕДІАКОНТЕНТ** – сукупність даних, *інформації*, яка представлена за допомогою тексту, звуку, зображення чи відео.

- ✧ **МЕДІАКУЛЬТУРА** – сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей в сфері *медіа*, а також історично визначена система їх відтворення і функціонування в соціумі; по відношенню до аудиторії *М.* може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати *медіапродукт*, займатись медіаторчістю, засвоювати нові знання в сфері *медіа*.

- ✧ **МЕДІАПЛАНУВАННЯ** – процедура підготовки оптимального плану розміщення реклами в *засобах масової інформації* на основі даних маркетингових досліджень, зокрема, на основі **МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ** – вивчення різних характеристик *ЗМІ* і розміщеної в них реклами (**МЕДІАПЛАНЕРИСТ** – спеціаліст з *медіапланування*).

- ✧ **МЕДІАПРОДУКТ** – результат медіаторчої діяльності активного учасника системи *масової комунікації*, що розповсюджується за допомогою різних *засобів масової інформації* з метою задоволення потреб *аудиторії*, а також для залучення потенційних рекламодавців.

- ✧ **МЕДІАХОЛДИНГ** – акціонерне товариство чи товариство з обмеженою відповідальністю, якому належать інтернет-*media*, телекомпанії, радіокомпанії чи компанії, що видають газети та / або журнали.
- ✧ **МОВНА ГРА** – свідоме порушення мовних норм, правил усного спілкування, а також викривлення мовних кліше з метою надання повідомленню більшої експресивної сили.
- ✧ **МОДЕРАТОР** (упорядник) – фахівець, який займається формуванням іміджу нового продукту: проводить опитування, анкетування, вивчає ринкову кон'юнктуру; користувач, який має ширші права, порівняно із звичайними користувачами інтернет-ресурсів – чатів, форумів тощо.
- ✧ **МОДУЛЬ** – кратна величина площі газетної / журнальної полоси чи екрану, яка використовується для створення гармонійних пропорційних композицій (т.з. модульна верстка); одиниця поверхні при покупці рекламної площі рекламних оголошень (модульна реклама). Для друкованого видання – прямокутник стандартної висоти, шириною в колонку.
- ✧ **МОНТАЖ** – поєднання частин (фактів, явищ, предметів, ілюстрацій, аудіо, відео) в єдине ціле і зіставлення цих частин.
- ✧ **МУЛЬТИВІЖН** – рекламна конструкція з чотирма чи більше сторонами, які по чергово змінюються.
- ✧ **МУЛЬТИПАНЕЛЬ** – динамічний рекламоносій – конструкція, яка містить до 20 рекламних панелей в одній установці, які змінюють одна одну.
- ✧ **М'ЯКА РЕКЛАМА** – ненав'язливий стиль подачі рекламних оголошень («м'який продаж»).

Н

- ✧ **НЕДОБРОСОВІСНА РЕКЛАМА** – спотворює *інформацію* про продукт, послугу або компанію, чи порушує етичні та правові норми реклами.
- ✧ **НЕЙМІНГ** – професійна діяльність, пов'язана з створенням оригінальної і такої, що запам'ятовується, назви для компанії, товару, *медіапродукту* тощо.
- ✧ **НЕКОМЕРЦІЙНА РЕКЛАМА** – рекламне повідомлення, яке не має на меті прямий комерційний прибуток, а спрямоване на інформування.
- ✧ **НЕКОНТРОЛЬОВАНИЙ ТИРАЖ** – тираж, який поширюється вільно.

- ✧ **НЕСИНДИКАТИВНІ ДОСЛІДЖЕННЯ** – первісні дослідження, які ведуться спеціалістом на замовлення *редакції* (служби, відділу реклами) і спеціально для неї (нього).

О

- ✧ **ОГЛЯД** – один з аналітичних жанрів *публіцистики*, основним методом якого є панорамування (театральний, книжковий та ін. огляд). *О.* підсумовує, аналізує та систематизує *інформацію* з певної теми.
- ✧ **ОГЛЯД ПРЕСИ** – один з аналітичних жанрів *публіцистики*, об'єктом якого виступають конкретні друковані *ЗМІ*.
- ✧ **ОБРАЗ** – художня форма відображення дійсності, що розкриває загальне через конкретне, індивідуальне; на відміну від іміджу (прагматичного і функціонального), *О.* є способом самовираження художника.
- ✧ **ОБТРАВКА** – операція оздоблення растрових кліше, метою якої є ослаблення чи видалення фону навколо зображення (фото «в обтравку»); в комп'ютерних технологіях – видалення фону.
- ✧ **ОПИТУВАННЯ** – збір відповідей на завчасно підготовлені питання з метою виявити думку аудиторії через контакти особисто, по телефону чи поштою або через *інтернет*-ресурси.
- ✧ **ОПИТУВАЛЬНИК** – анкета, лист з переліком питань для *опитування*.
- ✧ **ОХОПЛЕННЯ** – число представників *цільової аудиторії*, які вступили в контакт з конкретним засобом реклами чи поєднанням комунікативних засобів протягом певного відрізка часу. Виражається по відношенню до числа всієї цільової аудиторії, яка складає даний ринок.

П

- ✧ **ПАМФЛЕТ** – сатиричний різновид художньо-публіцистичного жанру, що вирізняється особливою загостреністю змісту і форми; частіше всього буває політичним.
- ✧ **ПАНАФЛЕКС** – банерне вінілове полотно, яке використовується в зовнішній рекламі для розміщення великих зображень.
- ✧ **ПЕРВИННА АУДИТОРІЯ** – люди, які купують чи передплачують періодичне видання або *медіаконтент*.

- ✧ **ПЕРВІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ** – оригінальні дослідження, які ведуться або самою *редакцією* (відділом реклами) газети, або кимось на її (його) замовлення і спеціально для неї (нього).
- ✧ **ПЕРЕВЕРСТКА** – зміни в готовій полосі. Застосовується, якщо необхідно поставити більш важливий, частіше – оперативний, матеріал чи у випадку грубої композиційної помилки.
- ✧ **ПЕРЕШКОДИ** – елемент комунікації; незаплановане втручання з боку середовища чи спотворення, в результаті чого до реципієнта надходить *інформація*, відмінна від тої, яку передавав *комунікатор*.
- ✧ **ПЕРІОДИЧНІСТЬ** – характеристика регулярності появи *media*, що визначається числом його номерів чи випусків за певний, суворо фіксований проміжок часу – день, тиждень, місяць, рік.
- ✧ **ПЕРСОНІФІКАЦІЯ** – посилення особистісної, авторської основи публікацій (відомість, впізнаванність автора певним чином впливає на передсприйняття його матеріалів).
- ✧ **ПЛЛАРС** – тумба з підсвіткою для розміщення рекламної *інформації*.
- ✧ **ПЛАКАТ** – рекламно-інформаційний жанр, що являє собою крупноформатне багатобарвне зображення на актуальну суспільно-політичну чи комерційну тематику з коротким текстовим елементом. Плакати тиражуються поліграфічним способом і розміщуються на вулицях чи в громадських місцях.
- ✧ **ПЛАНУВАННЯ КОШТІВ РЕКЛАМИ** – відбір відповідних носіїв з метою доведення рекламного повідомлення до цільових ринків і прийняття рішення про закупку рекламоносіїв чи проведення рекламної кампанії в *media*.
- ✧ **ПІЛЬГОВИЙ ТАРИФ** – тариф зі знижкою для рекламодавця, який регулярно закуповує рекламні послуги.
- ✧ **ПІДБІРКА** – найдавніша форма подачі матеріалів в газеті чи журналі, що являє собою об'єднання кількох матеріалів на основі якоїсь спільної теми / змісту.
- ✧ **ПІДВАЛ** – нижня частина полоси; великий матеріал – *стаття*, нарис, рецензія, вміщений в нижній частині полоси. Розрізняють повний чи неповний «підвали», «підвал» на розворот.
- ✧ **ПІДВЕРСТКА** – невелика замітка, розміщена під більш об'ємним матеріалом.

- ✧ **ПІДЗАГОЛОВОК** – вид заголовку, який пояснює, уточнює, іноді – розвиває основний заголовок.
- ✧ **ПОЗИЦІОНУВАННЯ МЕДІА** – визначення на основі маркетингових досліджень найбільш вірного і ефективного розміщення *media* в конкурентному ряду, серед інших *media*.
- ✧ **ПОЛЕМІКА** – публічна суперечка, в якій учасники прагнуть довести свою правоту і заперечити думку іншого; це публічна суперечка «за перемогу».
- ✧ **ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА** – поширювана в будь-якій формі, з допомогою будь-яких засобів *інформація* про діяльність органів державної влади і державного управління, окремих політичних діячів, а також партій та інших організацій, яка призначена для невизначеного кола осіб і покликана формувати чи підтримувати інтерес до цих структур і осіб, ідеям і починанням і сприяти їхній реалізації.
- ✧ **ПОРТАЛ** – інтернет-сайт, що містить структуровану по розділах і підрозділах *інформацію* різноманітного характеру; реклама над проїжджою частиною на спеціально виготовлених металоконструкціях, арках, мостах.
- ✧ **ПОСТЕР-МАКЕТ** – макет, в якому домінуючу роль відіграє ілюстрація.
- ✧ **ПЛАГІАТ** – самовільне запозичення, відтворення чужої *інформації* під своїм ім'ям чи псевдонімом, не сумісне як з творчою діяльністю, так і з нормами моралі і закону, який охороняє авторське право.
- ✧ **ПЛАТНИЙ ТИРАЖ** – тираж, який поширюється за плату.
- ✧ **ПОВІТРЯ** – білі плями, створені шляхом використання пробільних матеріалів: бокові відступи перед заголовками, пробіли, що відокремлюють один матеріал від іншого і т. д.
- ✧ **ПОРІВНЯЛЬНА РЕКЛАМА** – реклама, що підкреслює переваги тих чи інших характеристик рекламованого товару над відповідними характеристиками товарів-конкурентів.
- ✧ **ПРАВКА** – процес і результат зміни тексту твору на всіх етапах підготовки його до випуску з метою вдосконалення його змісту, літературної, редакційної і графічної форми. Розрізняють редакційну і коректурну правки.
- ✧ **ПРАЙМ-ТАЙМ** – найкращий («піковий») час на телебаченні – з 18 до 23 год.
- ✧ **ПРАПОР** – багатоколонний заголовок над матеріалом, який розміщується на менше число колонок, ніж його заголовок.

- ✧ **ПРЕЙСКУРАНТ** – довідник цін на товари чи послуги.
- ✧ **ПРЕСА** – як правило, це газети і журнали, хоча часто під поняттям **П.** мають на увазі всю систему **ЗМІ**.
- ✧ **ПРЕС-КОНФЕРЕНЦІЯ** – зустріч відповідальної особи з журналістами, що проводиться в формі запитань і відповідей з актуальних для суспільної уваги проблем.
- ✧ **ПРЕС-РЕКЛАМА** – рекламні оголошення, що публікуються в газетах і журналах.
- ✧ **ПРЕСС-РЕЛІЗ** – засіб зв'язків з громадськістю, що являє собою друкований інформаційний матеріал, призначений для публікації в **ЗМІ**, для поширення на *прес-конференціях*, презентаціях, симпозіумах, виставках і т. п.
- ✧ **ПРЕС-СЕКРЕТАР** – відповідальний за зв'язок компанії чи посадової особи зі **ЗМІ** шляхом проведення прес-заходів, підготовки і поширення *прес-релізів*.
- ✧ **ПРИЗМАТРОН (ТРИВІЖН)** – рекламний щит с трьома сторонами, які змінюють одна одну.
- ✧ **ПРИХОВАНА РЕКЛАМА** – замовні матеріали, що розміщуються в **ЗМІ** під виглядом авторських, інформаційних, редакційних з порушенням законів, що регулюють рекламну діяльність і функціонування *media*.
- ✧ **ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ** – оцінка майбутнього попиту на основі припущень про певну поведінку споживачів (передплатників, читачів, глядачів) в заданих умовах.
- ✧ **ПРОПАГАНДА** (лат. Proago – «поширюю») – форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну на користь певної спільної справи чи громадянської позиції.
- ✧ **ПРОСПЕКТ** – вид поліграфічної реклами, що являє собою яскраве багатосторінкове видання типу брошури зі скріпленими листками, вирізняється цілісною композицією, в якій органічно пов'язані текст та ілюстративний матеріал. Підходить для докладної розповіді про компанію, її продукцію, послуги; може бути і престижним, і рекламним.
- ✧ **ПРЯМА ПОШТОВА РЕКЛАМА** – рекламні звернення, що доставляються потенційному споживачу звичайною поштою, факсом, через мобільний зв'язок або *інтернет*.

- ✧ **ПУБЛІЦИСТ** – журналіст чи письменник, який виступає з суспільно-політичних питань в жанрах *статті*, нариса, *есе*, *фельетону*, *памфлета*.
- ✧ **ПУБЛІЦИСТИКА** (від лат. Publicus – громадський) – вид творів, присвячених актуальним проблемам і явищам поточного життя суспільства. Є основним джерелом *інформації* в журналістиці, відіграючи важливу політичну та ідеологічну роль як засіб вияву плюралізму громадської думки, які в т. ч. формуються навколо гострих життєвих проблем. Існує в словесній (письмовій і усній), зображальній (плакат, карикатура, фото), кінематографічній (документальне кіно, телебачення), театральнo-драматичній, словесномuзичній та ін. формах.
- ✧ **ПУЛ** (англ. Pool – басейн) – одна з форм монополії, об'єднання учасників ринку, прибуток і витрати якого надходять до загального фонду і розподіляються між ними згідно з заздалегідь встановленими пропорціями.

Р

- ✧ **РАДІОМОВЛЕННЯ** – *засіб масової комунікації* (канал); *засіб масової інформації*; мережа закладів, що організовують і обслуговують передачу мовлення і музики через радіоцентри чи в мережі *інтернет*.
- ✧ **РАЙОК** – невеликий рекламний простір у газеті, журналі або на вебсайті, який використовується для розміщення оголошень.
- ✧ **РАУС** – кінцева частина газети або окремого випуску, де розміщуються оголошення, короткі новини або додаткові матеріали;; (застар.: огорожений простір на плоскому даху ярмаркового *балагану* і рекламний показ на ньому частини вистави).
- ✧ **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ, РЕДАКЦІЙНА РАДА** – дорадчі органи, які створюються в *редакції* з числа найбільш кваліфікованих співробітників чи найбільш авторитетних експертів в різних сферах діяльності для вирішення принципових питань (організаційних, виробничих, творчих), що виникають в процесі діяльності *медіа*.
- ✧ **РЕДАКЦІЯ** – колектив людей, який готує матеріали для розміщення в *медіа*.
- ✧ **РЕЙТИНГ** – відносний параметр популярності *медіа* (чим вищий рейтинг, тим дорожче рекламний час, рекламна площа).
- ✧ **РЕЙТИНГОВІСТЬ** – здатність конкурувати з кращими представниками певної галузі (наприклад, в сфері *медіа* – з *медіапродуктами*).

- ✧ **РЕКЛАМНИЙ РОЛИК** – інтернет, радіо- чи телевізійний рекламний матеріал, що характеризується невеликою тривалістю (від 15 секунд до 1 хвилини) і завершеністю сюжету з певної теми.
- ✧ **РЕПОРТАЖ** (фр. Reportage (англ. Report – повідомляти) – оперативний інформаційний жанр, присвячений місцевим подіям / подіям дня (автор – очевидець чи учасник).
- ✧ **РЕПОРТЕР** – журналіст, який працює в інформаційних жанрах, в тому числі в жанрі *репортажу*.
- ✧ **РЕПРИНТ** – повторний тираж без змін або з мінімальними змінами.
- ✧ **РЕПУТАЦІЯ** – суспільна оцінка, якої набуває об’єкт, загальна думка про його якості, переваги і недоліки. *Р.* базується на фактах об’єктивної реальності, досвіді взаємодії з її носієм.
- ✧ **РЕРАЙТ** (англ. Rewrite) – форма подачі *інформації*, коли за основу береться готовий матеріал, який подається більш спрощено, літературно вишукано чи адаптовано, для сприйняття певною групою споживачів, що нерідко призводить до того, що *Р.* сприймається більш схвально і отримує кращі відгуки, ніж оригінал.
- ✧ **РЕЦІПІЄНТ** – людина, яка сприймає повідомлення чи *інформацію*; адресат.
- ✧ **РОЗВЕРСТКА** – розташування матеріалів на полосі в *ЗМІ*.
- ✧ **РОЗВОРОТ** – форма подачі матеріалу на двох внутрішніх суміжних сторінках. Розрізняють тематичний і різнотематичний *Р.*
- ✧ **РУБРИКА** – вид заголовку, яким позначають частину *media*, де можуть висвітлюватись однотипні чи близькі за своєю суттю явища, тривалу в часі кампанію тощо. Інша назва – надзаголовок.
- ✧ **РУБРИЧНА РЕКЛАМА** – рекламні оголошення, згруповані за видами пропонованих послуг чи товарів.

С

- ✧ **СВІТЛОВИЙ КОРОБ** – рекламоносій з світлопрозорого матеріалу з внутрішньою підсвіткою.

- ✧ **СВІТЛОДІОД** – напівпровідниковий прилад, що випромінює світло у вузькому діапазоні спектру при пропусканні через нього електричного струму. Часто використовується при оформленні рекламних конструкцій.
- ✧ **СВІЛОТЕХНІЧНА КОНСТРУКЦІЯ** – рекламна конструкція з використанням світлотехнічних засобів, використовується в темну частину доби.
- ✧ **СЕЙЛЗ** – діяльність із продажу рекламних площ, ефірного часу або медіапослуг.
- ✧ **СЕЙЛЗ ПРОМОУШН** – маркетингова комунікація для стимулювання збуту, просуванню товару чи послуги (участь в експозиціях, виставках, ярмарках, застосування знижок, премій, надання безкоштовних послуг і т.ін.).
- ✧ **СКРІНЕР** – питання-фільтр в анкеті для виявлення і відсікання осіб, які не є типовими споживачами певного ресурсу, програми, шоу тощо.
- ✧ **СКРОЛЛЕР** – ротаційна роликів конструкція, що дозволяє демонструвати від 3 до 10 рекламних зображень.
- ✧ **СЛЕНГ** – неофіційна лексика, характерна для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків.
- ✧ **СЛОГАН** – девіз / коротка фраза, що легко запам'ятовується, яка виражає позицію фірми чи головну суть рекламного повідомлення.
- ✧ **СОФІТ** – вузькоспрямований (точковий) прожектор.
- ✧ **СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА** – *інформація*, яка поширюється будь-яким способом, в будь-якій формі і з використанням будь-яких засобів, адресована невизначеному колу осіб і спрямована на досягнення благодійних чи інших суспільно-корисних завдань, а також забезпечення інтересів держави.
- ✧ **СПЕЦІАЛЬНИЙ НОМЕР (СПЕЦНОМЕР; СПЕЦІАЛЬНИЙ ВИПУСК, СПЕЦВИПУСК)** – особливий номер періодичного видання, присвячений важливій темі або події.
- ✧ **СПІН-ТЕХНОЛОГІЇ** (англ. Spin – обертання, крутіння) – подача подій в більш сприятливому вигляді; менеджмент новин. **Спіндоктор** займається виправленням висвітлення подій в *ЗМІ*, після того, як інформаційний розголос набув несприятливого забарвлення. На практиці використовуються 5 видів спін-технологій. **Пред-спін** – підготовка очікувань аудиторії до потрібного сприйняття події; **пост-спін** – наведення блиску на подію, яка трапилась; **торнадо-спін** – спроба відвести увагу аудиторії в іншу сферу, далеку від події, що відбулась; **кризо-контроль** – менеджмент подій, що вийшли з-під контролю;

мінімізація збитків – менеджмент неконтрольованих подій з метою запобігання нанесення подальшої шкоди чи збитків.

- ✧ **СПІЧ** (англ. Speech) – усне або письмове публічне звернення, промова або виступ, спрямоване на інформування, переконання або вплив на аудиторію.
- ✧ **СПІЧРАЙТІНГ** – специфічна технологія, представлена у вигляді техніки підготовки і написання тексту, призначеного для усного виголошення, а також консалтинг особи з організації публічного виступу і його оприлюднення. У вузькому сенсі – написання тексту усного публічного виступу для керівника (посадової особи) підлеглим.
- ✧ **СПІЧРАЙТЕР** – особа, яка займається професійною діяльністю з складання тексту усного публічного виступу для іншої особи (політичного, громадського діяча, рекламного агента тощо) і проведення консалтингу, що стосується організації і виголошення публічного виступу.
- ✧ **СПОНСОР** – фізична особа чи організація, яка оплачує рекламні оголошення чи в цілому функціонування *media*.
- ✧ **СПРЯМОВАНЕ ГРУПОВЕ ІНТЕРВ'Ю** – бесіда з невеликою групою споживачів, добре знайомих зі *ЗМІ*.
- ✧ **СТАТТЯ** – жанр аналітичної *публіцистики* (передова, газетна, журнальна, полемічна та ін.), присвячена розгляду значимих фактів або явищ.
- ✧ **СТІКЕРИ** – плакати, листівки, етикетки та інші матеріали на клейкій основі.
- ✧ **СТОВПЧИК** – колонка тексту.
- ✧ **СТОРИ** (англ. Story) – повідомлення; розповідь; історія.
- ✧ **СТРІНГЕР** – постійний позаштатний кореспондент, який спеціалізується на певній темі (частіше – радіо- чи телерепортер, який працює в «гарячих» точках в умовах високого ризику для життя).
- ✧ **СТРОБОСКОП** – прилад, що періодично дає переривчасте освітлення, завдяки якому рухомий об'єкт постає як застиглий в різних фазах свого руху.

Т

- ✧ **ТАБЛОЇД** – вид газети, як правило, щоденної, зі спеціальним видавничим форматом (37–40 см x 27–30 см). Спочатку термін означав газету невеликого формату, порівняно з традиційними, яку було зручно читати в повсякденному

житті. **Т.** спрямований на певний прошарок малоосвіченого населення, наповненням часто є дешеві сенсації, назви статей є популістськими і галасливими. Завдяки легкій мові і відносно низькій ціні **Т.** легко знаходить своїх читачів.

- ✧ **ТЕЗИС (ТЕЗА)** – коротке та чітке висловлювання основної ідеї, яку автор намагається розвинути й довести у своєму виступі / репортажі / сюжеті / повідомленні тощо.
- ✧ **ТЕКСТ** (газетний матеріал, газетне повідомлення) – закінчений самостійний вислів, відтворений з допомогою певної системи знаків; публіцистичний твір певної жанрової форми.
- ✧ **ТЕКСТОВКА** – підпис під фото / ілюстрацією.
- ✧ **ТЕЛЕБАЧЕННЯ (ТЕЛЕМОВЛЕННЯ)** – *засіб масової комунікації* (канал); мережа закладів, що організовують та забезпечують передачу (трансляцію) мови, музики, зображення через телецентри.
- ✧ **ТЕЛЕЗАСТАВКА** – коротке статичне візуальне рекламне повідомлення. Окремі елементи можуть містити ефекти блимання чи видозмінюватись.
- ✧ **ТЕЛЕШОПІНГ** – телевізійний магазин. Своєрідна форма пропозиції і продажу товарів поштою, з використанням купонів, методом аукціону і т.п.
- ✧ **ТЕМА** (гр. Thema – речення, положення, завдання) – те, що складає основний зміст публікації / матеріалу в *media*; предмет викладу, зображення, дослідження, обговорення; постановка проблеми, що визначає відбір фактичного матеріалу і характер публіцистичної розповіді.
- ✧ **ТЕМАТИЧНА СТОРІНКА** – тематична підбірка, що займає всю полосу. Матеріали об'єднуються за особливим принципом: тематично, для певної групи читачької аудиторії (спецвипуск) і т.д.
- ✧ **ТИП ВИДАННЯ** – модель, що відображає суттєві ознаки, притаманні групі видань, об'єднаних спільним функціональним призначенням, яке сприймається як сукупність цільового призначення, читачького інтересу, характеру *інформації* і структури видання.
- ✧ **ТИПОГРАФІКА** – формування зовнішнього і внутрішнього іміджу *media* за допомогою типографських засобів.

- ✧ **ТИРАЖ** – кількісний показник друкованої продукції, що обраховується в екземплярах видання; також більш складне поняття, що включає такі аспекти, як структура тиражу, підписний і роздрібний тираж та ін.
- ✧ **ТРАНСПАРАНТ (ПЕРЕТЯЖКА)** – банерне полотно рекламного змісту, натягнуте над дорогою / вздовж дороги.
- ✧ **ТРЕНД** (англ. Trend) – загальна тенденція або напрямок розвитку, який стає популярним або домінуючим у *media*. **T.** може бути як короткочасним сплеском інтересу, так і довгостроковим об'єктом наслідування, відтворення, вдосконалення чи розширення для здобуття вищих рейтингів, отримання більшої популярності серед споживачів *контенту*.
- ✧ **ТРОП** – зворот мови, в якому слово чи вислів вжито в переносному значенні з метою досягнення більшої художньої виразності.

Ф

- ✧ **ФАЛЬЦОВКА** – процес згинання друкованих листів в певному порядку з фіксацією згинів для отримання зошита з сторінками потрібної частини листа.
- ✧ **ФЕЙК** (англ. Fake – підробка) – подання фактів у спотвореному вигляді або поширення свідомо неправдивої *інформації*; спосіб маніпуляції свідомістю аудиторії шляхом повідомлення неповної *інформації* з метою підштовхнути до думок чи дій, які потрібні маніпулятору (власнику *media* або замовнику).
- ✧ **ФЕЛЬЄТОН** (фр. Feuilleton, від Feuille – листок) – газетно-журнальний жанр, який являє собою невеликий твір художньо-публіцистичного характеру на злободенну тему, в якому використані гумористичні та сатиричні прийоми викладу з гострокритичним ставленням до описуваної події чи особи.
- ✧ **ФІРМОВИЙ СТИЛЬ** – комплекс візуальних констант, що включає товарний знак, шрифт і «фірмову» колірну гамму та слугує для однозначної візуальної ідентифікації товарів / послуг; корпоративна культура.
- ✧ **ФОРМАТ** – система трансляції (подачі *інформації*) в *media*; концепція, що включає зміст, ритм подачі, естетичні норми і манеру роботи ведучих (кореспондентів), а також орієнтація на певну *цільову аудиторію*.
- ✧ **ФОТОГРАФІКА** – спосіб підготовки фотоілюстрацій та інших зображень в *media*, при якому тонове фотографічне зображення трансформується в штрихове.

- ✧ **ФОТОГРАФІЯ** – один з ілюстративних (іконічних) знаків, який протягом тривалого часу визначався як такий, що має найбільший ефект достовірності при сприйнятті глядача порівняно з іншими статичними зображеннями в *media*.
- ✧ **ФОТОМОНТАЖ** – процес об'єднання в загальну композицію кількох фотографій; ілюстративний матеріал в *media*, що представляє собою композицію з кількох фотографій.
- ✧ **ФРІЛАНС** – форма зайнятості, коли людина працює віддалено на різні замовлення, але не є штатним співробітником жодної компанії.

Х

- ✧ **ХОЛДИНГ** – товариство, яке створюється великими монополіями для управління дочірніми підприємствами через систему участі (для *ЗМІ* – див. *медіахолдинг*).
- ✧ **ХРОНОМЕТРАЖ** – тривалість матеріалу в *media* (вимірюється в секундах і в хвилинах).
- ✧ **ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЖАНРИ** – жанри *публіцистики*, в яких поряд з аналізом використовується зворотнє трактування фактів і явищ (*замальовка*, *нарис*, *есе*, *фельєтон*, *памфлет*).

Ц

- ✧ **ЦВЯХ** – ударний матеріал в *media* (раніше, в газеті чи журналі – «цвях номеру»), який викликає найбільший інтерес споживачів.
- ✧ **ЦІЛЬОВА ПОЛОСА** – сторінка, присвячена одній важливій і актуальній темі.

Ш

- ✧ **ШАПКА** – заголовок (іноді – з підзаголовками), що об'єднує кілька газетних матеріалів на одну тему, кожний з яких може мати свій заголовок.
- ✧ **ШТЕНДЕР** – розкладний, виносний рекламний щит, який встановлюється на тротуарі.

Я

- ✧ **ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ** – здатність продукту виконувати свої функції (для *ЗМІ* – здатність виконувати природні функції *журналістики*, відповідність виду, типу *ЗМІ*, для задоволення об'єктивних і суб'єктивних потреб *аудиторії*).