

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»**

Факультет філології

Димніч Н.Д.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ «Вступ до журналістики»
для студентів III курсу спеціальності 061 «Журналістика»**

Івано-Франківськ, 2017

ББК

К

*Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету філології
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
(протокол № від 7 вересня 2017 року)*

ББК

© Димніч Н.Д., 2017

©Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2017

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Предмет «Вступ до журналістики» читають на першому курсі навчання протягом першого семестру. Обсяг дисципліни – 180 годин, з яких: 24 год. – лекційних і 36 год. – практичні.

Мета. Формування системи знань із тенденцій розвитку журналістики та її ролі в суспільстві; завдань, видів і характеру журналістської діяльності, парадоксів і складностей професії, умов роботи журналістів; історії і системи журналістської освіти, з форм навчальної діяльності і правил раціональної організації розумової діяльності, вивчення сутності інформаційних процесів; специфіки журналістської роботи; видів і специфіки журналістської роботи.

Завдання. Виклад основних напрямків творчої діяльності того чи того виду ЗМК; методики роботи журналіста кожного виду ЗМІ; аспектів діяльності ЗМК через врахування інтересів аудиторії, системи рейтингового вимірювання якості інформаційного продукту, з'ясувати особливості інформаційного виробництва та внутрішньоредакційних комунікацій.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: поняття професії як виду трудової діяльності, що потребує спеціальних знань, умінь і навичок, специфіку професії журналіста як сфери масово-інформаційної діяльності та фактора соціального управління; про засади свободи друку і журналістської діяльності, соціальної позиції і можливості її вільної реалізації; багатозначність поняття "свобода" і труднощі, пов'язані з його розумінням і використанням; розуміти місце журналістики в системі соціальних інститутів та державну політику в галузі ЗМІ, типологію, жанри та види ЗМІ;

вміти: застосовувати на практиці професійні знання, уміння, навички а також принципи діяльності журналіста відповідно до способу поширення інформації.

1. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Журналістика як вид комунікації

Тема 1. Вступ до навчального предмету.

1. Предмет вивчення курсу «Вступ до журналістики. Завдання навчального предмету.

2. Основні поняття навчального курсу: журналістика, мас-медіа, масова комунікація, ЗМІ, інформація, комунікативні процеси, журналістський твір, професійна комунікація.

3. Літературні джерела курсу.

Тема 2. Журналіст як суб'єкт інформаційної діяльності.

1. Переваги та труднощі спеціальності. Творча самореалізація.

2. Універсальність професійних навиків.

3. Стресовість. Моральна, професійна і правова професійна відповідальність за розповсюдження інформації.

4. Види діяльності журналіста: збирання та дослідження матеріалу, документація, написання тексту, редагування, презентація журналістського твору на радіо, телебаченні, в друкованих ЗМІ.

Тема 3. Шляхи відображення національної ідеології у ЗМІ.

1. Національна та державна ідеології. Інформаційний простір України.

2. Суб'єкти національного інформаційного простору України.

3. Відображення державної та національної ідеології у ЗМІ.

Тема 4. Основні та спеціальні функції журналістики.

1. Основні функції журналістики: інформаційна, кореляційна, збереження спадковості поколінь, розважальна, мобілізаційна.

2. Спеціальні функції журналістики: організаційна, соціальної критики («сторожового пса»), ідеологічна, культурнопросвітницька, рекламна.

Тема 5. Принципи діяльності журналіста.

1. Етика спілкування як база для формування правил професійної комунікації.

2. Основні засади журналістської діяльності: об'єктивізм і гуманізм.

3. Принципи журналістики, засновані на загальнолюдських пріоритетах (демократизм, народність, масовість і загальнолюдські цінності).

4. Професійні принципи журналістики: оперативність, актуальність, об'єктивність, правдивість, аргументованість, коректність, плюралізм.

Тема 6. Свобода слова як передумова існування демократичного устрою. 1. Поняття «свобода слова». Свобода слова і свобода творчості.

2. Правові гарантії свободи слова в Україні та світі.

3. Принципи вільних мас-медіа. Якісна та жовта преса: основні характеристики та принципи діяльності.

Змістовий модуль 2. Сфери журналістської діяльності за способом поширення інформації

Тема 1. Види ЗМІ за способом поширення інформації.

1. Друковані українські ЗМІ.

2. Телевізійні та радіокомпанії України.

3. Інтернет-ресурси: існування де-факто і де-юре.

4. Корпункти, фрілансери, власкори.

5. Особливості праці журналіста в інофрмагенстві. Юридичні та етичні норми діяльності.

Тема 2. Газетно-журнальна періодика.

1. Структура редакції.
2. Керівництво друкованими ЗМІ.
3. Творчий та технічний персонал редакцій друкованих ЗМІ.
4. Методи впливу на редакційну політику друкованих ЗМІ їх засновників.
5. Юридичні та етичні норми діяльності.

Тема 3. Радіомовлення у системі сучасних засобів комунікації.

1. Структура колективу на радіо.
2. Керівництво державними та приватними радіокомпаніями.
3. Творчий та технічний персонал радіо.
4. Вплив на редакційну політику радіоструктур.
5. Юридичні та етичні норми діяльності.

Тема 4. Сучасне телебачення: досвід, проблеми, стратегії.

1. Структура сучасних телекомпаній.
2. Особливості керівництва державними та приватними радіокомпаніями.
3. Творчий та технічний колективи на телебаченні.
4. Вплив на редакційну політику засновників і власників телекомпаній.
5. Юридичні та етичні норми діяльності.

Тема 5. Інтернет-журналістика: специфіка та форми подачі інформації.

1. Інтернет-ресурси: існування де-факто і де-юре.
2. Специфіка універсальності навиків працівників Інтернет-видань.
3. Юридичні та етичні норми діяльності.

Тема 6. Агенційна журналістика.

1. Світові інформаційні агентства.
2. Інформагентства в Україні.
3. Архітектура повідомлення для інформагентств.
4. Юридичні та етичні норми діяльності власкорів.
5. Пошуки інформації власними кореспондентами: український та закордонний досвід.

Методи навчання

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – індивідуальні завдання, самостійна робота, практична робота.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Задіяно практикум, спрямований на вироблення навичок самостійної моральної орієнтації майбутніх журналістів у складних професійних ситуаціях.

Методи контролю

Усний контроль у вигляді індивідуального та фронтального опитування. Письмовий контроль у вигляді контрольних робіт, виконання творчих завдань, поточного тестування.

Перелік питань для екзаменаційної роботи:

1. Поняття «журналістика» в системі масової комунікації.
2. Поняття «засоби масової інформації».
3. Предмет та завдання курсу «Вступ до журналістики».
4. Суспільні закономірності виникнення і розвитку журналістики.
5. Історія виникнення журналістики.
6. Методика створення журналістського тексту.
7. Вплив особистісних характеристик автора на його творчість.
8. Журналістська освіта в Україні та світі.
9. Вища школа журналістики.
10. Волонтерство у ЗМІ як один з видів здобуття журналістського фаху.
11. Журналістика як другий фах.
12. Школи та навчальні курси журналістики.
13. Професійні колективи ЗМІ.
14. Посади та професії сучасних ЗМІ.
15. Структура сучасних ЗМІ.
16. Умови праці журналістів у друкованих ЗМІ.
17. Технічні та творчі структурні складові радіо.
18. Взаємодія технічних та творчих працівників на телебаченні.
19. Види діяльності журналіста.
20. Збирання та дослідження матеріалу.
21. Документація інформаційних джерел.
22. Написання тексту.
23. Редагування.
24. Презентація.
25. Організація та планування.
26. Основні функції журналістики.
27. Функції обслуговування і розважання.
28. Виховна функція журналістики.
29. Інформаційна функція ЗМІ.
30. Організаційна функція журналістики.
31. Ідеологічна функція журналістики.
32. Пропаганда та контрпропаганда в журналістиці.
33. Рекламна функція мас-медіа.

34. Функція соціальної критики.
35. Культуротвірна функція.
36. Охарактеризуйте допоміжні функції журналістики.
37. Сучасні тенденції розвитку вітчизняної преси.
38. Журналістика як система засобів масової інформації.
39. Структура інформаційної діяльності.
40. Види передачі інформації в журналістиці.
41. Принципи журналістської діяльності.
42. Реалізація права на свободу слова в Україні.
43. Державна та національна ідеології України.
44. Місце ЗМІ в системі національної ідеології.
45. Взаємовплив політичного та журналістського сегментів суспільства на сучасному етапі.
46. Сучасні виклики журналістики щодо формування українського національного інформаційного поля.
47. Преса і проблеми національного відродження.
48. Журналістський колектив як професійне середовище.
49. Етичні принципи засобів масової інформації.
50. Моральні і творчі принципи журналістської діяльності.
51. Способи поширення інформації.
52. Види ЗМІ.
53. Специфічні особливості різних засобів масової інформації.
54. Нові аспекти змісту і форми радіомовлення.
55. Радіомовлення – драматургія звуків.
56. Нові виклики часу щодо функціонування друкованих ЗМІ.
57. Текст надрукований і почутий: особливості відтворення.
58. Специфіка створення радіоматеріалів.
59. Телетекст: симбіоз звуку і зображення.
60. Особливості сприйняття телевізійного та радіотексту.
61. Український телепростір: ідеологічні засади.
62. Розважальні телепрограми українського інформаційного простору.
63. Пропаганда та контрпропаганда в інформаційних телепрограмах України.
64. Виховна функція українських радіопрограм.
65. Пропагандистські матеріали українського радіопростору.
66. Телепубліцистика як спосіб організації суспільства.
67. Основні ознаки якісної преси.
68. Правила написання матеріалів для «жовтої преси».
69. Інтернет-видання: «смітник історії», чи ефективний засіб масової комунікації?
70. Специфіка трактування поняття «джерело інформації» стосовно Інтернет-видань.
71. Телебачення в системі засобів масової інформації.
72. Вплив економічної і політичної свободи на пресу.
73. Мультимедійні способи подачі інформації.
74. Агенційна журналістика.
75. Структура повідомлення для інформаційного агентства.
76. Світові інформаційні агентства.

77.Національні інформагенства.

78.Історія створення одного з найперших світових інформагенств (на вибір студента).

79.Тематичні структурні підрозділи редакцій.

80.Сам собі журналіст.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота												Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1						Змістовий модуль 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	100

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів.

14. Рекомендована література

Базова

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста / Д.С. Авраамов. – М.: Мысль, 1991. – 158 с.
2. Блюм Р. Етика засобів масової інформації: проблематика та практика / Р. Блюм // Сучасне та майбутнє в плюралістичному суспільстві / за ред. Л.З. Москаленка та ін. – К. : Центр вільної преси, 1999. – С. 82–87.
3. Всемирный доклад ЮНЕСКО по коммуникации и информации 1999–2000 гг. – М., 2000. – С. 39.
4. Декларация обязанностей и прав журналистов // Франция: общие сведения о праве по вопросам печати. – 1995. – №37. – Рос.-фр. – Сер. Информационные и учебные материалы.
5. Животко А. Історія української преси / А. Животко. – Мюнхен, 1989–1990.
6. Законодавство // Голос України. – 1997. – 14 лист.
7. Законодавство України : Про пресу України: Інформація і свобода слова. – К. : Молодь, 1997.
8. Здоровега В.Й. Вступ до журналістики / В.Й. Здоровега. – Л, 1995.
9. Здоровега В.Й. Преса і влада / В.Й. Здоровега // Укр. періодика: історія і сучасність: тези доп. і новітн. Всеукр. наук.-теорет. конф. 9–10 груд. 1993 р. – Л., 1993. – С. 8–13.
- 10.Здоровега В.Й. Українська періодика у сучасному національному просторі /В.Й. Здоровега // Укр. періодика: історія і сучасність: доп. та повідомл. Третьої всеукр. наук.-тсорет. конф. 22–23 груд. 1996 р. – Л., 1995. – С. 11–18.
- 11.Карпачова Н. Право на інформацію: свобода слова, думки, вільного вираження поглядів : щорічна доповідь Уповноваженого з прав людини / Н. Карпачова // Голос України. – 2001. – 10 груд.
- 12.Кодекс професійної етики українського журналіста // Журналіст України. – 1997. – № 5–6.
- 13.Конституція України. – К. : Преса України, 1996. – 80 с.

14. Кузнецова О.Д. Гарантувати журналісту особу соціальну захисту / О.Д. Кузнецова // Журналістика в 1995 році: тез. наук.-практ. конф.: в 5 ч. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996. – Ч. 3. – С. 10–12.
15. Кузнецова О.Д. До проекту Кодексу етики журналіста України / О.Д. Кузнецова // Укр. журналістика: історія і сучасність: Вісн. Львів. ун-ту. – 1997. – С. 21–25. – Сер. Журналістика.
16. Кузнецова О.Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень: монографія / О.Д. Кузнецова. – Л.: Світ, 1998.
17. Кузнецова О.Д. Основи масової комунікації: навч. посіб. / О.Д. Кузнецова. – Л.: РВВ Львів, ун-ту, 1996. – 170 с.
18. Кузнецова О.Д. Правові гарантії незалежності преси / О.Д. Кузнецова // Українська періодика: історія і сучасність: Четверта всеукр. наук.-теорет. конф., 19–20 груд. 1997 р. – Л., 1997. – С. 142–145.
19. Кузнецова О.Д. Правові й етичні норми журналістики: тексти лекцій / О.Д. Кузнецова. – Л.: РВВ Львів. ун-ту, 1993.
20. Лазутина Г.В. Технологія і методика журналістського творчості: метод, вказання / Г.В. Лазутина. – М.: Изд-во МГУ, 1988.
21. Милль Дж.-Ст. О свободі / Дж.-Ст. Милль. – Лейпциг, 1861.
22. Мильтон Дж. О свободі друку / Дж. Мильтон. – М., 1907.
23. Москаленко А.З. Вступ до журналістики / А.З. Москаленко. – К.: Школяр, 1997. – 297 с.
24. Москаленко А.З. Два кити / А.З. Москаленко. – К., 1997. – 36 с.
25. Москаленко А.З. Етика журналіста: між боротьбою за тираж і об'єктивною інформацією / А.З. Москаленко // Матеріали наук.-практ. конф. "Українська журналістика – 97" / за заг. ред. А.З. Москаленка. – К.: Центр вільної преси, 1997.
26. Москаленко А.З. Журналістика в умовах гласності / А.З. Москаленко. – К., 1997.
27. Москаленко А.З. Комунікативна політологія / А.З. Москаленко. – К., 1997. – 60 с.
28. Москаленко А.З. Теорія журналістики: підручник / А.З. Москаленко. К.: Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
29. Мюллер Й.П. Що таке етика мас-медіа? / Й.П. Мюллер // Сучасне та майбутнє в плюралістичному суспільстві / за ред. Л.З. Москаленка та ін. – К.: Центр вільної преси. 1999. – С. 77–82.
30. Оріу М. Основи публічного права / М. Оріу. – М., 1929.
31. Поппельман Б. Незалежна журналістика і самоконтроль / Б. Поппельман // Право радіо і телебачення в Росії: на шляху до нової організації електронної преси. – Гамбург; СПб.: Невське час, 1994.
32. Правове регулювання інформаційної діяльності в Україні: Станом на 1 січня 2001 р. – К.: Юрінком Інтер, 2001.
33. Прайс М. Телебачення, телекомунікації і перехідний період: преса, суспільство і національна ідентичність / М. Прайс – М., 2000.
34. Приступенко Т.О. Державна підтримка преси: порятунком чи пасткою? / Т.О. Приступенко // Журналіст України. – 1997. – № 5–6. – С. 12–14.

35. Приступенко Т.О. Деякі аспекти етичної діяльності вітчизняних журналістів під час виборчих баталій / Т.О. Приступенко // Публіцистика і політика : зб. наук, праць / за ред. проф. В.І. Шкляра. – К., 2001. – Вип. 2.
36. Приступенко Т.О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України: монографія / Т.О. Приступенко; за ред. В. В. Різуна: Київ. нац. ун-т імені Т.Г. Шевченка – К., 2000.
37. Приступенко Т.О. Свобода преси в Україні / Т.О. Приступенко // Журналіст України. – 1994. – № 1–2. – С. 12–14.
38. Приступенко Т.О. Тенденції розвитку свободи преси в Україні / Т.О. Приступенко // Вісн. Київ. ун-ту. – К., 1993. – С. 31–42. – Сер. Журналістика.
39. Різун В.В. Роль ЗМК в демократичному суспільстві / В.В. Різун // Публіцистика і політика: зб. наук, праць / за ред. проф. В.І. Шкляра. – К., 2001. – Вип. 2.
40. Сиберт Ф.С. Четыре теории прессы / Ф.С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М., 1998.
41. Станиславский К.С. Избранное / К. С. Станиславский; состав. Ю.С. Калашников, В.Н. Прокофьев. – М.: Всерос театр, о-во, 1982.
42. Стенхольм О. Защита общества от злоупотребления свободой печати / О. Стенхольм // Междунар. жизнь. – 1993. – № 10.
43. Україна: інформація і свобода слова : зб. законодавчих актів, нормативних документів та статей фахівців / у поряд. А.М. Затворний. – К.: Молодь, 1997.
44. Українське законодавство : Засоби масової інформації. – К., 1999.
45. Шкляр В.І. Соціальна норма і престиж преси / В.І. Шкляр // Укр. періодика: історія і сучасність / за ред. М.М. Романюка. – Л., 1997. – С. 25–28.

Допоміжна

1. Аристотель. Сочинения : и 4 т. / Аристотель. – М. : Мысль, 1993. – С. 3–79.
2. Глібовицький Є. Київська газета "Сьогодні" шукає собі господаря / Є. Глібовицький // ТСН, "1+1". – 2001. – 18 трав.
3. Головатий С. Радіо Вільна Європа / С. Головатий // Радіо Свобода. – 2001. – 9 січ.).
4. Гонгадзе Г. Куди пливе "Титанік" української журналістики? / Г. Гонгадзе // Українська правда. – К. : Брама.
5. Гонгадзе став жертвою міжкланової боротьби // Українська правда. – 2000. – 8 лист.
6. Гюго В. Отверженные : роман : в 2 т. / В. Гюго: пер. с фр.; предисл. М. Толмачева. – Минск, 1989. – Т. 1.
7. Дживелегов А.К. Возрождение / А.К. Дживелегов. – М.; Л., 1924.
8. Ещенко Т. День народження Гонгадзе / Т. Ещенко // День. – 2001. – 30 трав.

9. Історія зарубіжної літератури / М.С. Шаповалова, Г.Л. Рубанова, В.Л. Моторний. – Л. : Вища шк. Вид-во при Львів, ун-ті, 1982.
10. Кант І. Из "Лекцій по етике" (1780–1782) / І. Кант // Етичеська думка: наук.-публіцист. читання. – М. : Політиздат, 1985. – С. 299–333.
11. Капустин А. "Бархатная цензура". Українськє журналісти продовжують боротися за право свободно осуществлять свой профессиональный долг / Л. Капустин // Независимая газета. – 2000. – 19 мая.
12. Карлсон М. Солідарність у Європі: формування послідовної політики трансформації та інтеграції / М. Карлсон // Економічний часопис. – 1997. – № 6–7.
13. Кульчицький О. Основи філософії і філософських наук / О. Кульчицький. – Мюнхен ; Львів, 1997.
14. Малахов В.А. Етика: курс лекцій / В.Л. Малахов. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Либідь, 2000.
15. Науковий коментар Кримінального кодексу України / проф. М. Й. Коржанський. – К.: Атіка : Академія: Ельга-Н, 2001.
16. Орендарчук Г. Гуманістичні виміри істини / Г. Орендарчук // Гуманізм і духовність у контексті культури. – Дрогобич, 1996. – Кн. 1.
17. Робесп'єр М. Речь о свободе печати / М. Робесп'єр. – М., 1806.
18. Словарь по этике / под ред. И.С. Кона. – 4-е изд. – М.: Политиздат, 1981.
19. Слоун В. Краще мати пресу без уряду, аніж уряд без преси / В. Слоун // День. – 2001. – 15 трав.
20. Толмачев М. Предисловие к роману Виктора Гюго "Отверженные" / М. Толмачев // Гюго В. Отверженные: роман : в 2 т. / В. Гюго. – Минск, 1989. – Т. 1.
21. Хайдеггер М. Письмо о гуманизме / М. Хайдеггер // Проблема человека в западной философии. – М., 1988.
22. Шкляр В.І. Преса керована і преса керуюча / В.І. Шкляр // Українська періодика: історія і сучасність: тези доп. і повідомл. Всеукр. наук.-теорет. конф. 9–10 груд. 1993 р. – Львів, 1993. – С 13–17.
23. Юшкявичус Г. Предисловие / Г. Юшкявичус // Законодательство Российской Федерации о СМИ. – М.: Гардарики, 1996.

15. Інформаційні ресурси

1. Всеукраїнські Інтернет-видання: <http://www.pravda.com.ua/>, <http://24tv.ua/>, <http://www.radiosvoboda.org/>, <http://www.hromadske.tv/air/efir/>, <http://zik.ua/>.
2. Місцеві Інтернет-видання: Фіртка <http://firtka.if.ua>, Вікна <http://vikna.if.ua/>, Стик <http://styknews.info/>, Паралелі <http://paralleli.if.ua/>, Версії <http://versii.if.ua/>.
3. Інтернет-версії місцевих та всеукраїнських газет: Галичина <http://www.galychyna.if.ua/>, Репортер <http://report.if.ua/>, Галицький

кореспондент <http://gk-press.if.ua/>, Дзеркало тижня <http://dt.ua/>, День <http://www.day.kiev.ua/uk> .

4. Інтернет-телебачення: Громадське ТВ: <http://www.hromadske.tv/air/efir/>, Експрес-ТВ <http://espresso.tv/>, ЗІК: <http://zik.ua/>.
5. <http://galtv.if.ua/home/>.

Словничок

All-in-one journalist (від англ. *All-in-one* - цілісний, нероз'ємний і *journalist* - журналіст) - універсальний журналіст. Див. **cross-media trained journalist**.

Audio content (від лат. *Audio* - чути і англ. *Content* - зміст) - аудіоконтент. 1. Різні аудіоматеріали (радіопередачі, музика та ін.), Що транслюються на радіостанції в FM діапазоні. 2. Різні аудіоматеріали (радіопередачі, аудіоверсії видань, записи інтерв'ю, аудіосупроводу фотогалерей, представлені у вигляді подкастів та іншого інтернет-аудіо на інтернет-сайті, доступні для прослуховування на комп'ютері, мобільному телефоні, MP3-плеєрі.

Audio-slide-show (від лат. *Audio* - чути і англ. *Slide show* - показ слайдів) - аудіо-слайд-шоу. Одна з нових форм представлення інформації на інтернет-сайті. Фотознімки на певну тему супроводжуються аудіофайлом - музичним супроводом або голосом оповідача, що дозволяє глядачеві отримати найбільш повну інформацію про ту чи іншу подію. Як правило, аудіо-слайд-шоу складається з трьох частин. З перших фотознімків зазвичай зрозуміло, про що піде мова, друга частина - подробиці події, третя частина - його підсумок і значимість. Аудіофайл дає коментарі до фотографій. Вони можуть постійно змінюватися, а можуть затримуватися поки дається коментар. Середня тривалість аудіослайд-шоу становить від однієї до п'яти хвилин. Багато світових видання активно експериментують на своїх сайтах (*web-site*) з цією формою надання інформації.

Back-back journalist (від англ. *Backpack* - рюкзак і *journalist* - журналіст) - рюкзачной журналіст. Рюкзачной журналіст - це крос-медійний журналіст, але специфіка його в тому, що він зазвичай їде в певне місце, можливо, в місце військових дій і звідти пересилає свої матеріали. Рюкзачной журналіст може проникнути в точки, куди можна пройти великий знімальній групі. Дуже часто рюкзачной журналіст робить ексклюзивний контент для сайту: знімає відео, пише статті, готує фотоматеріали і сам все це редагують за допомогою простого у використанні обладнання. У рюкзак у такого журналіста зазвичай є лептоп, професійний диктофон, цифрова камера з запасними батареями, мобільний телефон, зошити і ручки. Термін "рюкзачной журналіст" іноді використовується як синонім журналістів-одиночників.

Blog (від англ. *Web* - мережа і англ. *Log* - журнал) - мережевий журнал. Див. **Weblog**.

Breaking News Desk (від англ. *Breaking News* - останні новини та англ. *Desk* - відділ в редакції газети) - відділ останніх новин. Див. **Continuous News Desk**.

Computerization (від англ. *Compute* - вважати, обчислювати) - комп'ютеризація. Процес впровадження електронно-обчислювальної техніки в усі сфери життєдіяльності людини. Широке впровадження комп'ютерів в різні сфери людської діяльності.

Content (від лат. *Contentum* - зміст) - контент, зміст. Будь-яка інформація, представлена у вигляді текстових матеріалів, графіки, аудіо- і відеоматеріалів. З розвитком мультимедійної журналістики термін "контент" став вживатися для позначення сукупності текстових, аудіо-, відеоматеріалів, представлених на сайті ЗМІ, доступних для перегляду на мобільному телефоні і інших медіаплатформи.

Continuous News Desk (від лат. *Continuum* - безперервне, суцільне і англ. *News desk* - відділ новин) - відділ інформації безперервного циклу (або відділ "гарячих" новин). Призначення таких відділів - якнайшвидше освітлення подій, що відбуваються. Журналісти відділів інформації безперервного циклу працюють 24 години на добу сім днів на тиждень і, як правило, готують текстові матеріали для сайту (див. *Web-site*), в деяких виданнях виробництво "гарячих" новин поширюється також на мобільні носії, ТВ і радіо. Відділи "гарячих" новин стали з'являтися в останні кілька років у багатьох зарубіжних виданнях, у більшості газетних сайтів "гарячі" новини є найбільш відвідуваною частиною контенту (див. *Content*).

Convergence (від лат. *Convergo* - зближуються, сходжуся; процес зближення, сходження в одній точці) - конвергенція, процес злиття, інтеграції різних медіаплатформи з метою спільного виробництва контенту і тиражування його на різних медіаплатформи. Див. **Media convergence**.

Convergence journalism (від лат. *Convergo* - зближуються, сходжуся; процес зближення, сходження в одній точці і англ. *Journalism* - журналізм, журналістика) - конвергентная журналістика. Журналістика, заснована на мультимедійної подачі контенту і поширення його по різним

медіаплатформи. Конвергентна журналістика пов'язана з глобальними змінами, які відбуваються на всіх стадіях створення і поширення продуктів ЗМІ. Конвергентна журналістика виникла в результаті процесу конвергенції ЗМІ і є однією з основних тенденцій у розвитку сучасної журналістики. Вона ознаменувала собою появу абсолютно нового етапу в розвитку світової журналістики, безпосередньо пов'язаного з процесами дигіталізації, комп'ютеризації, новими ІКТ. Терміни "крос-медійна журналістика" і "мультимедійна журналістика" часто вживаються як синоніми конвергентної журналістики.

Convergent newsroom (від лат. *Convergent* - сходиться і амер. *News room* - відділ новин (в редакції газети, на радіо, телебаченні)) - конвергентний ньюзрум, конвергентная редакція. Нова модель діяльності колективу ЗМІ, заснована на об'єднанні в одному фізичному просторі співробітників з раніше різних ЗМІ (друкованого видання, мовних ресурсів) разом з їх інтернет-сайтами (можливо, з фотослужбою, відділами продажів і реклами) на базі однієї редакції і одного ЗМІ, як правило, на базі друкованого видання, до якого додається FM радіо і (або) аналоговий, кабельний ТВ-канал (и). Така редакція зазвичай являє собою відкритий простір, скляними перегородками бувають відділені лише зали для нарад, виділяються також окремі простору, що використовуються як радіо- і телестудії.

Cross-media journalism (від англ. *Cross* - перетин, перетинати і лат. *Media* - засіб, ЗМІ та англ. *Journalism* - журналістика) - кроссмедійная журналістика. Журналістика, заснована на розповсюдженні контенту з різних медіаплатформи, а також на співпрацю між різними відділами медіорганізації і спільну роботу людей з різних її підрозділів.

Термін "кроссмедійная журналістика" часто вживається як синонім конвергентної журналістики і мультимедійної журналістики.

Cross-media trained journalist (від англ. *Cross* - перетин, перетинати і лат. *Media* - засіб, ЗМІ та англ. *Trained* - кваліфікований, навчений) - крос-медійний журналіст. Журналіст, який уміє готувати матеріали для різних ЗМІ, різних медіаплатформи. Крос-медійний журналіст повинен розуміти, яка медіаплатформа найбільш краща для поширення того чи іншого матеріалу.

Термін "кроссмедійний журналіст" часто використовується як синонім до термінів "мультимедійний журналіст", "рюкзачной журналіст", "універсальний журналіст", "журналіст на всі руки".

Digitalization дигіталізації (від англ. *Digitalization* - Оцифровування, перетворення даних в цифрову форму) - дигіталізація, оцифровка, переклад інформації в цифрову форму. Процес дигіталізації ознаменував початок абсолютно нового етапу, нової ери розвитку ЗМІ. Дигіталізація спрощує і полегшує доступ до всіх традиційних ЗМІ, об'єднує всі ЗМІ. Газети набираються на комп'ютері, в Інтернеті (*Internet*) доступні їх електронні версії. Цифрове радіо дозволяє збільшити кількість частот, і його можна слухати через комп'ютер, підключившись до Інтернету (*Internet*). Телебачення також стає цифровим.

Digital editor (від англ. *Digital* - цифровий і англ. *Editor* - редактор) - редактор інтернет-версії. Нова посада, яка з'явилася з розвитком інтернет-версій ЗМІ. Редактор інтернет-версії формує загальний вміст інтернет-версії ЗМІ, контролює всі матеріали інтернет-версії, редагує і форматує статті, шукає джерела інформації, створює власні матеріали, розробляє нові рубрики та керує журналістами, які готують контент для сайту. Редактору інтернет-версії зазвичай необхідно мати професійну освіту.

Digital journalism (від англ. *Digital* - цифровий і англ. *Journalism* - журналістика) - цифрова журналістика, яка безпосередньо пов'язана з розвитком Інтернету і освоєнням ЗМІ інтернет-платформи. Цифрова журналістика передбачає використання таких можливостей Інтернету для збору інформації, як: блоги, новинні сайти, RSS канали (RSS feed) і ін., А також таких можливостей Інтернету для створення контенту, як: аудіо-слайд-шоу, подкасти та ін. Термін "цифрова журналістика" часто вживається як синонім веб-журналістики, онлайн-журналістики, флеш-журналістики.

Digital journalist (від англ. *Digital* - цифровий і англ. *Journalism* - журналіст) - цифровий журналіст, який пише матеріали (в основному новинні) для інтернет-сайту ЗМІ, що займається веденням блогів, можливо, створенням аудіо-, відео- і фотоматеріалів для сайту ЗМІ. Цифровий журналіст зазвичай шукає інформацію в Інтернеті, а також бере її з особистих інтерв'ю.

Digital sharing (від англ. *Digital* - цифровий і англ. *Sharing* - обмін) - цифровий обмін, загальний доступ. Соціальна активність по обміну онлайн-інформацією - текстами, фотографіями, відео-або аудіоматеріалами. Обмін може здійснюватися за допомогою пересилання інформації по електронній пошті, через пропозицію загальнодоступного програмного забезпечення або через публікацію інформації у відкритому доступі на інтернет-сайтах: в блогах, на особистому веб-сайті, сайтах фото- і відео чи сайтах соціальної мережі.

E-paper-edition of newspaper (від англ. *Electronic-paper* - електронний папір) - версія газети для пристроїв *e-paper*. Багато світових видання активно використовують електронний папір в якості нової медіаплатформи, нового каналу поширення інформації. *E-paper*- версії багатьох світових видань стали з'являтися на початку-середині 2000-х рр. У більшості випадків вони повністю збігаються з друкованим виданням, матеріали не оновлюються у міру розвитку подій. *E-paper*- версія може також відрізнятися від версії друкованого видання і містити оновлювану інформацію сайту (див. *Web-site*) або особливий контент, створюваний спеціально для даної версії, для чого виділяється окремий персонал.

Flash-journalism (від *Adobe Flash* - програма, яка використовується для створення високоякісного відео, анімації, графіки, а також для інтеграції відеороликів у веб-сторінки. *Flash*-контент відтворюється за допомогою *Adobe Flash Player* - програвач анімаційних зображень на комп'ютері) - флеш-журналістика. Цифрова журналістика, заснована на використанні програми *Adobe Flash*. *Adobe Flash* легка у використанні і дозволяє дуже швидко створити і опублікувати мультимедійний контент на сайті, а також оновлювати інформацію в режимі реального часу. Журналіст може об'єднати в одному матеріалі аудіо, відео, фотографії, текст і відправити їх на сайт. Таким чином, флеш-журналістика, може задовольнити бажання сучасних споживачів інформації, які хочуть моментально дізнаватися про події. Термін "флеш-журналістика" став особливо популярним після виходу в 2005 р книги Мінді МакАдамс, фахівця з інформаційних технологій в журналістиці, "Флеш- журналістика: як створювати новинні мультимедіа пакети". Термін "флеш-журналістика" часто вживається як синонім термінам "інтернет-журналістика", "мультимедійна журналістика", "цифрова журналістика".

Hypertext (від грец. *Υπέρ* - над, зверху і від лат. *Textus* - тканина; сплетіння, зв'язок, поєднання) - гіпертекст. Текст, пов'язаний посиланнями з іншими текстами в Інтернеті. Гіпертекст влаштований таким чином, що він перетворюється в систему, ієрархію текстів, одночасно складаючи єдність і безліч текстів.

Information and Communications Technologies (ICT) (від англ. *Information and Communications Technologies* - комунікаційні технології) - інформаційно-комунікативні технології (ІКТ). Мережеві технології, що використовують глобальну мережу Інтернет для розвитку міжкультурної компетентності. ІКТ безпосередньо пов'язані з розвитком мобільного зв'язку, появою сучасних пристроїв для зберігання і читання інформації таких, як: електронний папір, Кіндл, КПК.

Information society (англ. *Information society* - інформаційне суспільство) - теоретична концепція постіндустріального суспільства; історична фаза можливого розвитку цивілізації, в якій головними продуктами виробництва стають інформація і знання. Модель інформаційного суспільства спрогнозував американський культуролог Е. Тоффлер у книзі "Третя хвиля".

Integrated newsroom (від лат. *Integratio* - відновлення, заповнення, інтеграція) - об'єднаний ньюзрум, об'єднана редакція. Нова модель діяльності колективу ЗМІ, заснована на об'єднанні в одному фізичному просторі журналістів, які готують друковану версію видання і його інтернет-версію.

Мета такого об'єднання - спільне виробництво контенту журналістами з друкованої та інтернет-версії видання. Є думка, що подібне об'єднання покращує комунікацію між співробітниками.

Integration (від. Лат. *Integration* - об'єднання в єдине ціле, взаємопроникнення). Див. **Media integration**.

Interactivity (від англ. *Interaction* - взаємодія) - налагодження діалогу між ЗМІ та його читачами, глядачами, слухачами, взаємообмін інформацією між ЗМІ та його читачами, слухачами, глядачами.

Розвиток інтернет-версії друкованого видання багато в чому дозволило друкованим ЗМІ вирішити проблему інтерактивності. Сучасні друковані видання часто використовують такі форми взаємодії з читачем, як: обговорення статті (читач отримує можливість висловити свою думку з приводу статті та її теми на сайті видання, в деяких випадках вступати в переписку з автором); столи замовлень (читач може висловити свої побажання щодо висвітлення нових тем); гостьові книги (читачі звертаються тут за допомогою до газети, просять розібратися в конфлікті з владою, адміністративними органами, дати пораду, що робити, провести журналістське розслідування).

Internet-journalism (від англ. *Internet* - Інтернет і англ. *Journalism* - журналізм, журналістика). Див. **Digital journalism**.

iPad / iPhone apps of newspaper (від англ. *iPad / iPhone apps of newspaper* - додатки газети для iPad і iPhone). З розвитком iPad і iPhone газети, починаючи з 2010-х рр., Стали робити спеціальні додатки і для цих пристроїв. Зазвичай вони надають доступ до останніх новин та архівними матеріалами, а також до мультимедійного контенту.

Kindle edition of newspaper (від англ. *Kindle edition of newspaper* - Кіндл-версія газети). Версія газети для е-рідера *kindle* - пристрій для читання електронних книг, газет, журналів, що вперше з'явилося в продажу в інтернет-магазині *Amazon* в 2007 р

Media convergence (від. Лат. *Media* - засіб, засіб масової інформації) - конвергенція ЗМІ, медіаконвергенції. Процес в сучасній медіаіндустрії, що почався в другій половині 1990-х рр., Коли ЗМІ стали створювати свої версії в Інтернеті. Процес медіаконвергенції безпосередньо пов'язаний з технічними досягненнями в області передачі інформації, можливістю зберігати і передавати текстову, аудіо- та відеоінформацію в цифровому вигляді і заснований на принципі кросмедійності – одноразовому виробництві контенту і багаторазовому його тиражуванні на різних медіаплатформи. Процес медіаконвергенції супроводжується змінами, пов'язаними з організацією роботи співробітників і новою організацією робочого простору, новими вимогами до підготовки матеріалів, появою нових відділів і посад.

Процес медіаконвергенції включає два основних етапи розвитку.

I етап процесу медіаконвергенції призводить до

1. Злиття за допомогою оцифровки змісту різних ЗМІ з інтернет-платформою. Газети вперше стали поширювати контент, використовуючи новий канал поширення інформації - Інтернет. Інтернет-версії газет в цей час - повна копія матеріалів друкованої версії.

2. Злиття раніше різних форм ЗМІ (преса, радіо, телебачення) на базі інтернет-платформи, що досягається за допомогою оцифровки змісту і дозволяє одночасно використовувати текстову, графічну, аудіо- та відеоподачі інформації. Сьогодні практично всі ЗМІ в світі пройшли ці дві фази першого етапу.

У газет можуть виникнути фінансові труднощі, пов'язані з розвитком своєї власної команди журналістів, що створюють відеоконтент для веб-сайту.

Можуть (але не обов'язкові) відбуватися зміни в організації робочого простору.

Від журналістів найчастіше не вимагають вміння однаково добре готувати текстові, аудіо-, відеоматеріали, однак в більшості випадків необхідно вміти оперативно готувати матеріали для інтернет-версії.

На цій фазі в більшості випадків з'являється нова посада - редактор інтернет-версії, можливо, деякі журналісти починають спеціалізуватися на підготовці матеріалів тільки для інтернет-версії.

Злиття за допомогою оцифровки змісту друкованих ЗМІ не тільки з інтернет-, але і з мобільного, *PDA*-, *e-paper*-, *kindle* -платформи, що дозволяє поширювати контент, використовуючи додаткові медіаплатформи; ці нові платформи видання стали з'являтися в 2000-х рр.

На цьому процес медіаконвергенції може зупинитися, причиною часто є законодавство в області перехресного володіння ЗМІ. Перший етап пройшли сьогодні дуже багато ЗМІ в усьому світі.

Зміни в організації робочого простору на даній стадії можливі, але не обов'язкові.

II етап процесу медіаконвергенції сприяє

1. Злиття раніше різних ЗМІ (а можливо й інших галузей медіабізнесу) на базі одного ЗМІ (як правило, на базі друкованого засобу масової інформації). Результатом такого злиття часто стає поява конвергентної (мультимедійної) редакції.

2. А також:

1) об'єднання редакції газети (і додатків), сайту з мовним ресурсом - телеканалом або радіостанцією (можливо, з фотослужбою, відділами продажів і реклами);

2) об'єднання редакції газети з її інтернет-версією і всілякими додатками з телеканалом і радіостанцією (і можливо фотослужбою, відділами продажів і реклами).

На даному етапі процесу конвергенції сьогодні знаходяться деякі ЗМІ.

На цьому етапі журналістів закликають (якщо не зобов'язують) готувати матеріали для різних медіаплатформи. Можливо і поєднання багатофункціональних журналістів і журналістів, які готують матеріали для окремих платформ.

У поданні матеріалу починає діяти принцип "5A": "Any volume, Anytime, Anybody, Anywhere and Anything" (скільки завгодно, коли завгодно, кому завгодно, де завгодно і що завгодно).

Media integration - медіаінтеграція, інтеграція ЗМІ. Інтеграція (від. Лат. *Integration* - об'єднання в єдине ціле, взаємопроникнення) ЗМІ - процес в сучасній медіаіндустрії, що приводить до об'єднання різних ЗМІ і можливо ланок виробничого ланцюжка.

1. За допомогою співпраці (крос-промоушен; обмежена інтеграція змісту) ведучий спортивних новин на ТБ може щотижня готувати рубрику для газети, а спортивний оглядач газети брати участь в спеціалізованих спортивних передачах) спільні онлайн-проекти.

2. За допомогою покупки медіакомпанією інших ЗМІ і можливого об'єднання з ланками виробничого ланцюжка.

3. В результаті процесу конвергенції, що приводить до злиття раніше різних ЗМІ частіше на базі друкованого засобу масової інформації, налагодження тісної взаємодії між ними з урахуванням спільної діяльності з виробництва контенту на базі мультимедійної редакції.

Media platform (від англ. *Media platform* - медіаплатформа, канал поширення інформації). З розвитком ІКТ у традиційних ЗМІ крім основних (друк, радіо, ТБ) з'явилася можливість задіяти нові канали поширення інформації, серед яких: інтернет, мобільний, *PDA*-, *e-paper*-, *kindle*- платформи.

Mobile edition of newspaper (від англ. *Mobile edition of newspaper* - версія газети для мобільного телефону). Багато світових видання активно використовують мобільний телефон, що підтримує WAP-протокол (Wireless Access Protocol - Протокол бездротового Доступу) в якості нової медіаплатформи, нового каналу поширення інформації.

Мобільні-версії багатьох світових видань стали з'являтися на початку - середині 2000-х рр., Піонером у використанні мобільного телефону стала японська газета "Асахі Сімбун" (Asahi Shimbun), яка стала застосовувати мобільну платформу ще в кінці 90-х рр. XX ст.

Як правило, мобільна версія газети надає можливість доступу до всіх матеріалів сайту з останніми оновленнями. На мобільний телефон можна отримувати останні новини, результати спортивних змагань, новини політики і бізнесу, прогнози погоди, інформацію рекламного характеру і т.д.

Mobile Journalist, mojo (від англ. *Mobile journalist* - мобільний журналіст). Штатний репортер або фрілансер, часто у нього немає свого робочого місця в ньюзрумі, і він готує матеріали поза редакцією. Специфіка мобільного журналіста в тому, що за допомогою сучасних смартфонів може скомпонувати мультимедійний матеріал в польових умовах, доповнити фотографіями, аудіовізуальними матеріалами і завантажити на сайт.

Термін був створений в 2005 р журналістами компанії "Ганнет".

Multi-channel content distribution (від англ. *Multi* - множинний і *channel* - канал) - мультиканальне поширення контенту. Поширення контенту за різними медіаплатформами.

Multimedia (від англ. *Multi* і лат. *Media*) - мультимедіа. 1. Надання контенту з застосуванням текстових, фото-, відео-, аудіоматеріалів, графіки, а також використанням гіпертекстового представлення інформації. 2. Подання контенту на різних платформах.

Multimedia editor (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Editor* - редактор - мультимедійний редактор). Нова посада, що з'явилася з розвитком аудіовізуального контенту на сайтах ЗМІ. Мультимедійний редактор керує роботою мультимедійних продюсерів. Тісно працюючи з редакційним складом, він координує процес створення аудіовізуального контенту для сайту ЗМІ. Мультимедійні редактори з'явилися в редакціях деяких зарубіжних газет. Як і мультимедійні продюсери, вони можуть проводити тренінги для журналістів. Часто в редакціях цю посаду займають колишні журналісти мовних ЗМІ, можливо, з досвідом роботи в друкованих та інтернет-виданнях.

Multimedia format (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і лат. *Formo* - даю форму - мультимедійний формат, який використовується для зберігання текстових, відео- і аудіоматеріалів, фотографій, графіки, а також для відтворення аудіо- та відеоматеріалів, передачі відеоматеріалів через Інтернет). Найбільш поширеними мультимедійними форматами є: DOC (застосовується для зберігання текстових матеріалів), mp3 (застосовується для збереження і відтворення аудіо- та відеоматеріалів), jpg, HTML (застосовується для зберігання фотографій), PSD (зберігання графіки), FLV (застосовується для передачі відео через Інтернет) і багато іншого. Сучасні журналісти все частіше збирають інформацію в мультимедійних форматах.

Multimedia journalism (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Journalism* - журналістика - мультимедійна). Мультимедійна журналістика, заснована на розповіді про події з використанням текстових, фото-, аудіо-, відеоматеріалів, графіки, гіпертекстового представлення інформації, а також на застосуванні крім основних (друк, радіо, ТБ) інших медіаплатформи, каналів розповсюдження контенту. Термін "мультимедійна журналістика" часто використовується як синонім кроссмедійної журналістики і конвергентної журналістики.

Multimedia journalist (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Journalist* - журналіст - мультимедійний журналіст). Див. **Cross-media trained journalist**.

Multimedia newsroom (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і амер. *News room* - відділ новин (в редакції газети, на радіо, телебаченні) - мультимедійний ньюзрум, мультимедійна редакція). Див. **Convergence newroom**.

Multimedia producer (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Producer* - виробник, продюсер) - мультимедійний продюсер. Нова посада, що з'явилася з розвитком аудіовізуального контенту на сайтах ЗМІ. Він займається підготовкою аудіовізуального контенту для сайту, але не готує текстових матеріалів. Мультимедійні продюсери з'явилися в редакціях деяких зарубіжних газет. Вони працюють в тісному контакті з фотожурналістами і друкарськими журналістами, іноді проводять тренінги для співробітників видання по створенню аудіовізуального контенту.

Мультимедійний продюсер, як правило, має хороший досвід створення аудіовізуального контенту, вміє працювати з програмним забезпеченням для редагування відео та аудіофайлів, мовними камерами, має досвід організації студійного освітлення.

Multimedia story (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Story* - стаття, журналістка матеріал) - мультимедійний матеріал, мультимедійна стаття. Журналістський матеріал, стаття, представлена на сайті і поєднує в собі різні форми надання інформації: текст, фотографії, відео- і аудіоматеріали, графічні зображення, інтерактивні елементи.

Multimedia storytelling (від англ. *Multimedia* - мультимедіа і англ. *Storytelling* - розповідь про події) - розповідь про події в мультимедійній формі. Такий розповідь передбачає використання текстових, фото-, відео-, аудіоматеріалів, графіки. Розповідь про події в мультимедійній формі став звичайною практикою для сучасних засобів масової інформації. На сайтах ЗМІ можна прочитати текстові матеріали, подивитися фотографії, відеоматеріали, аудіо-слайд-шоу, послухати аудіопередач.

Multi-skilling journalist (від англ. *Multi* - множинний - мультимедійний і англ. *Skill* - навик, вміння - журналіст, який вміє готувати матеріали для різних медіаплатформ). Див. **Cross-media trained journalist**.

Newsroom (від амер. *Newsroom* - відділ новин (в редакції газети, на радіо, телебаченні) - ньюзрум, редакція - приміщення, де працюють журналісти, редактори та інші фахівці, зайняті виробництвом контенту для ЗМІ, приміщення редакції). В основу поняття лягла система організації робочого простору в американських газетних видавництвах - єдине велике приміщення з окремими столами для кожного журналіста. Потім значення трансформувалося і словом "newsroom" стали позначати весь журналістський колектив періодичного видання і (або) передачі на радіо і телебаченні.

З розвитком процесу конвергенції ЗМІ у терміна "ньюзрум" з'явилося нове значення - сучасно обладнана конвергентна або об'єднана редакція.

Online edition of newspaper (від англ. *Online edition of newspaper* - онлайн-версія, інтернет-версія, веб-версія, офіційний сайт газети). Онлайн-версії газет стали з'являтися в другій половині 1990-х рр. і були повною копією друкованого видання. Сьогодні інтернет-версії газет, як правило, не є копією друкованого видання і являють собою самостійний інформаційний ресурс з текстовими, фото-, аудіо- і відеоматеріалами.

Online interview (від англ. *Online interview* - онлайн-інтерв'ю). Інтерв'ю, взяте посередством електронної пошти або чату з використанням системи обміну миттєвими повідомленнями та. Онлайн-інтерв'ю має таку ж структуру, як і приватне, але відрізняється від нього тим, що інтерв'юер і беруть інтерв'ю не спілкуються наживо. Основна перевага онлайн-інтерв'ю в тому, що можна оперативно взяти інтерв'ю у людини, що знаходиться на далекій відстані, не витрачаючи коштів на дорогі дзвінки по телефону.

Online journalism (від англ. *Online journalism* - онлайн-журналістика). Див. **Digital journalism**.

PDA-edition of newspaper (від англ. *Personal, digital assistant* - персональний цифровий секретар) - версія газети для КПК - кишенькового персонального комп'ютера, PDA-версія. Багато світових видання активно використовують КПК в якості нової медіаплатформи, нового каналу поширення інформації. PDA-версії багатьох світових видань стали з'являтися на початку - середині 2000-х рр. Як правило, PDA-версія повністю збігається з друкованою. Деякі видання надають можливість отримувати на КПК останні новини, світові бізнес-новини, біржові індекси, вакансії, курси акцій. **Personal sharing** (від англ. *Personal sharing* - персональний обмін). Персональний обмін, як і цифровий обмін - це соціальна активність по обміну всіма типами онлайн-інформації; однак персональний обмін є способом зберегти і організувати цю інформацію і зробити її доступною тільки певним людям, таким як друзі і сім'я. **Podcast** (від *iPad* і *broadcasting* - повсюдне, широкоформатне мовлення) - подкаст. Аудіо та (або) відеопередачі в Інтернеті (зазвичай у форматі MP3, AAC або Ogg / Vorbis). Як правило, подкасти мають певну тематику і періодичність видання. Головна відмінність подкастів від іншого інтернет-аудіо та відео - це те, що завантаживши їх і перенісши на MP3-плеєр, слухачі / глядачі можуть слухати / дивитися їх в будь-якому зручному для них місці і в зручний час. На сайтах багатьох ЗМІ сьогодні можна послухати / подивитися подкасти та завантажити їх на MP3-плеєр. **Posting** (від англ. *Posting* - розміщення) - розміщення постів (повідомлень, коментарів) на сайтах (*website*), форумах і блогах (*weblog*).

RSS-feed (від англ. *RSS-feed* - RSS-фід, RSS-канал, RSS- стрічка). Інтернет-ресурс в форматі RSS (формат, призначений для опису стрічок новин, анонсів, статей, змін в блогах і т.п. Інформація з різних джерел, представлена в форматі RSS, може бути зібрана, оброблена і представлена користувачеві в зручному для нього вигляді спеціальними програмами-агрегаторами.

Користувачі можуть використовувати RSS-завантаження для того, щоб оновлена інформація була їм "подана" замість необхідності її пошуку. RSS-завантаження відповідають за напрямки активного трафіку на новинні веб-сайти.

Social bookmarking (від англ. *Social bookmarking* - соціальні закладки). Інтернет-послуга, яка полегшує користувачам поділ і обмін інформацією, закладки повертають трафік на оригінальний веб-сайт, де ця інформація розміщена. Користувачі можуть натиснути (натиснути) на лінк соціальної закладки, щоб автоматично отримати доступ до певної інформації в соціальних мережах або на вебсайтах.

Social media editor (від англ. *Social media* - соціум і *editor* - редактор) - редактор з соціальних мереж. Нова посада в сучасних редакціях, яка з'явилася з розвитком соціальних мереж, створенням сторінок ЗМІ в соціальних мережах. Основне завдання редактора по соціальним мережам - правильно "упакувати" контент під конкретну аудиторію. Він моніторить новини, прикріплює до них теги. Редактор по соціальним мережам повинен вміти спілкуватися з аудиторією; знати особливості соціальних мереж, особливості аудиторії кожної соціальної мережі; розуміти поведінку аудиторії в залежності від формату і напрямки ЗМІ, часу доби, дня тижня; вміти вести дискусію; бути психологом. У ряді редакцій обов'язки редакторів по соціальним мережам виконують випускові редактори інтернет-підрозділів.

Social network (від англ. *Social networking service* - соціальна мережа) - соціальна мережа. Інтернет-спільноти, в яких люди можуть обмінюватися інформацією за інтересами. Більшість таких сайтів дають користувачам можливість інтерактивного спілкування - внутрішні повідомлення, електронна пошта та обмін персональними відомостями, такими, як фотографії або професійна інформація.

Solos - журналісти-одинаки або **back-pack journalist**.

Superdesk (від лат. *Super* - зверху, над і англ. *Desk* - письмовий стіл, робочий стіл) - **супердеск**, "мультимедійний стіл". Зазвичай знаходиться в центрі конвергентного ньюзруму або в центрі новинного центру. Від кожної медіаплатформи за ним - шеф-редактор. Через "стіл" налагоджується комунікація між різними платформами, які залишаються редакційно-незалежними. Мінімум раз на день проводиться загальна редколегія. Це міждисциплінарна команда, яка керує всіма редакційними процесами, приймає рішення про контент (тема, обсяг, якість, терміни), планує і координує всю роботу редакції для всіх обслуговуваних ЗМІ, всіх каналів поширення інформації.

Tagging (від англ. *Tag* - мітка). Використання ключових слів, за допомогою яких онлайнова інформації може бути категоризувати і легко доступна для пошуку. Наприклад, коли користувачі шукають статті з певних тем, теги з ключовими словами спрямовують пошукову машину до відповідних статей.

User-generated content, UGC (від англ. *User-generated* - зібраний користувачем і лат. *Content* - зміст) - призначений для користувача контент, зібраний споживачами масової інформації (читачами, слухачами, глядачами). USG стає сьогодні все більш популярним на сайтах газетних видань. Як правило, це невеликі відеоматеріали і фотографії, зроблені за допомогою мобільних телефонів. Але можуть бути і текстові повідомлення.

Video column (від лат. *Video* - дивлюся, бачу і англ. *Column* - колонка, стовпець, розділ (в газеті)) - відеоклонка. Одна з форм подачі відеоматеріалів на сайті друкованого видання. Колумністи видання розповідають про те, що вони пишуть, діляться своїми думками.

Video content (від лат. *Video* - дивлюся, бачу і лат. *Content* - зміст - відеоконтент). 1. Різні відеоматеріали (ТВ-передачі, ТВ-шоу і т.д.), що передаються за допомогою ефірного, кабельного і супутникового мовлення. 2. Різні відеоматеріали (ТВ-передачі, ТВ-шоу і т.д.), представлені у вигляді та іншого інтернет-відео на інтернет-сайті, доступні для перегляду на комп'ютері, мобільному телефоні.

Vodcast (від лат. *Video* - дивлюся, бачу і англ. *Broadcasting* - широкополосне мовлення - водкаст, відеопередачі в Інтернеті). Як правило, водкасти мають певну тематику і періодичність видання. Головна відмінність водкстов від іншого інтернет-відео - це те, що, завантаживши їх і перенісши на MP3-плеєр, глядачі можуть дивитися їх в будь-якому зручному для них місці і зручний час.

На сайтах багатьох ЗМІ сьогодні можна подивитися водкасти і завантажити їх на MP3-плеєр.

Web 1.0 (від англ. *Web 1.0* - веб 1.0 - термін, створений для опису мережі Інтернет першого покоління). Web 1.0 проіснувала з 1989 по 1995 р в цей час сайти створювалися засобами мови гіпертекстових посилань HTML.

Web 2.0 - мережа другого покоління розвитку мережі Інтернет. Заснована на зміні в призначеному для користувача поведінці. Web 2.0 характеризується підвищенням рівня інформаційного обміну і двостороннім потоком інформації між виробниками і користувачами контенту (*content*), що призвело до розмивання меж між ними, оскільки користувачі стали виробниками, а виробники - користувачами.

Web 2.0 - технологічна платформа, що дозволяє на своїй основі створити ряд сервісів. Подібна доступність призвела до появи величезної кількості одноманітних ресурсів, що знизило цінність багатьох з них. Технологічну платформу Web 2.0 змінила Web 3.0.

Термін був введений в 2005 р Тімом О'Рейлі (Tim O'Reilly), засновником O'Reilly Media.

Web 3.0 - мережа другого покоління розвитку мережі Інтернет, яка прийшла на зміну технологічній платформі Web 2.0. Почався новий етап становлення покоління соціальних мереж, які підходили під певні інтереси користувача завдяки новим онлайн-ових додатків з функціональністю за запитом.

Web 4.0 - мережа другого покоління розвитку мережі Інтернет. Поява широкосмугового доступу до Мережі призвело до виникнення візуальних та інтерактивних мультимедійних додатків, в Інтернет стало можливим увійти з будь-якого мобільного пристрою.

Web department (від англ. *Web* - мережа і *department* - відділ) - інтернет-відділ (або інтернет-редакція, інтернет-служба). Підрозділ медіакорпорації, яке займається інформаційним наповненням інтернет-ресурсів засобів масової інформації. Такі відділи почали з'являтися з розвитком інтернет-версій ЗМІ. Інтернет-відділ може включати всього кількох людей, а може являти собою величезну підрозділ, в якому працюють більше сотні співробітників: редактори, які пишуть журналісти, відеомонтажери, маркетологи та ін. Інтернет-відділ може бути об'єднаний з основною редакцією.

Web-editor (від англ. *Web* - мережа і англ. *Editor* - редактор - редактор інтернет-сайту). Див. Digital-editor.

Web edition of newspaper (від англ. *Web edition of newspaper* - веб-версія газети, інтернет-версія газети). Див. Online edition of newspaper.

Web-first editorial policy (від англ. *Web-first editorial policy* - нова редакторська політика, що передбачає, що кожен новий матеріал відразу ж автоматично потрапляє на сайт, а вже потім редагується (змінюється заголовок, додаються нові подробиці і т.д. для друкованого видання). Така редакторська політика дозволяє оперативно відреагувати на новину, висвітлити її з усіх боків.

Weblog (від англ. *Web* - мережа і англ. *Log* - журнал - веблог, блог, живий журнал, ЖЖ, інтернет-щоденник). Мережевий журнал, особисті нотатки, регулярно оновлюються і розташовані в хронологічному порядку. Веблог може містити текстову інформацію, фотографії, аудіо- та відеозаписи. За авторським складом блоги можуть бути особистими, груповими (корпоративними, клубними) або суспільними (відкритими). За змістом - тематичними або загальними. Для блогів характерна можливість публікації відгуків (коментарів) відвідувачами - сторонніми читачами, які можуть вступити в публічну полеміку з автором (у коментарі до блогзапису або своїх блогах). З розвитком інтернет-журналістики веблоги стали для журналістів, по-перше, важливим інструментом в справі пошуку інформації і, по-друге, формою інтерактивного спілкування з читачами. Суть і головне завдання веблога на сайті ЗМІ в тому, щоб обговорювати з читачем актуальні питання; дізнаватися, які теми йому цікаві; давати пояснення по вже опублікованих матеріалах; оперативно повідомляти якусь новинну інформацію.

Web page (від англ. *Web page* - веб-сторінка). Самостійна частина веб-сайту; документ, забезпечений унікальною адресою (URL). Зазвичай веб-сторінки організовуються у вигляді гіпертексту, що включає графіку, текстові, аудіо-, відеоматеріали.

Web-reporter, web-writer (від англ. *Web-reporter* - журналіст інтернет-версії). Нова посада, яка з'явилася з розвитком інтернет-версій ЗМІ. У посадові обов'язки журналіста інтернет-версії зазвичай входить щоденний моніторинг і написання різних новин для сайту. Серед основних вимог до претендентів - грамотність, впевнене знання комп'ютера і інтернет-простору, а також іноземної мови, досвід роботи в онлайн-виданні або газетної редакції. Робота може бути позмінної, іноді з можливістю працювати поза редакцією, часто залучаються фрілансери.

Web-site (від англ. *Website: web* - павутина, мережа і *site* - місце, літер, "місце в мережі") - місце розташування інформаційних сторінок в сфері *World Wide Web*, що виділяється його постійними користувачами (особами, фірмами, компаніями, виданнями, навчальними закладами та організаціями) в якості власних "електронних представництв".