# Глосарій

**(термінологічний словник)**

**Автор**( від лат. autor - творець) – особа, яка написала літературно-художній, публіцистичний, музичний, технічний, науковий чи якийсь інший твір.

**Авторська концепція** –сума думок автора, але приведена у систему – модель майбутнього журналістського твору.

**Авторське “Я”** ­–вияв ставлення автора до відтворюваних ним фактів, явищ, подій; журналістська позиція, що випливає з авторських почуттів і роздумів. Яскравість. Переконливість публіцистичного виступу залежить від змістовності й виразності життєвого матеріалу, актуальності теми й журналістської майстерності. Ця майстерність включає в себе також прийоми мовностилістичного оформлення виступу, серед яких чимала роль належить авторському “я” – способу виявлення журналістом своєї причетності до відтворюваних подій.

**Актуальність** (від лат. actualis – діяльний, теперішній, сучасний ) – злободенність, необхідність, надзвичайна важливість порушуваних тем, проблем, питань. Актуальним називається літературний твір (журналістський виступ), який відповідає вимогам сучасності, викликає інтерес. Вагомість порушуваних проблем, наповненість фактичним матеріалом, високі публіцистичні якості – саме це робить його актуальним, необхідним читачеві.

**Аналіз** – сприяє мисленнєвому розчленуванню предмета дослідження на частини, що виявляє структуру, побудову, його окремі властивості і відносини між ними; аналіз як відтворення сприяє руху думки, є основою для синтезу, аргументації головної думки автора. Є кілька видів аналізу: структурний – мисленнєве розчленування цілого на частини, що виявляє побудову, структуру, відносини між частинами; якісний – ідентифікація окремих частин досліджуваного предмета і відносин між ними; кількісний – передбачає точне виявлення і характеристику змісту окремих частин досліджуваного предмета.

**Аналогія** – встановлення подібностей між різними фактами, подіями, явищами.

**Аналітичні жанри** – одна з груп системи журналістських жанрів. Включають в себе: кореспонденцію, статтю, рецензію, огляд, лист та ін. жанри. Як й інформаційні жанри, використовують конкретний життєвий матеріал, але, на відміну від них, науково інтерпретують його. Інформація у цих жанрах функціонує у вигляді міркувань, думок, оцінок, образів. За допомогою аналітичних жанрів переконливо аргументуються твердження, глибоко розкриваються проблеми дійсності.

**Анкетування** –форма програмного опитування, один з основних методів вивчення громадської думки. Вдаючись до методу анкетування, періодичні видання дізнаються про ставлення громадськості до творчої роботи редакції, збирають читацькі пропозиції, які можуть бути використані в діяльності журналістського колективу.

**Аргумент** – логічний довід, який є основою доказу. В якості А виступають визначення, судження про достовірність відомих фактів. Істинність А обумовлюється відповідністю його змісту явищам дійсності.

**Аудиторія** – збірна назва читачів, слухачів та глядачів, на яких розраховані друковані публікації, радіо- й телепередачі. Адресований їй матеріал аудиторія сприймає диференційовано. З урахуванням цих різноманітних запитів редакції планують свою роботу, відповідно формують програми передач. “зворотній зв'язок” преси з аудиторією визначається активністю передплати, продажем вроздріб, ефективністю реакції читачів на друковані виступи. На телебаченні і радіомовленні аудиторія вивчається за допомогою інтерактиву, а також методами конкретних соціальних досліджень (аналіз статистичних даних, різні форми опитування, спеціальні обстеження).

**Аудіовізуальна інформація** –зорова інформація, що супроводжується звуком.

**Видавець** – установа чи приватна особа, що випускає поліграфічну продукцію: книги, журнали, газети, плакати тощо.

**Газета** (від італ. gazetta – назва дрібної монети) – періодичне видання, що оперативно висвітлює суспільно-політичні, громадсько-культурні, економі-ко-виробничі, науково-літературні, спортивно-масові та інші актуальні події, факти та явища, порушує важливі життєві проблеми. Від інших періодичних видань відрізняється більшою періодичністю, оперативністю публікованої інформації, масовим розповсюдженням серед читачів, різноплановим відтворенням різних аспектів суспільного життя.

**Громадська думка** – своєрідна форма існування суспільної свідомості, погляди певних соціальних груп на найважливіші проблеми життя. Проявляється у формі побажань, рекомендацій, вимог, а також оцінок діяльності тих чи інших соціальних інститутів. Складається як стихійно (на основі життєвого досвіду, існуючих традицій), так і в результаті цілеспрямованого впливу.

**Дискурс** – зв’язний текст у контексті багатьох соціокультурних, психологічних, прагматично-ситуативних, ментальних та інших чинників.

**Дедукція** - метод пізнання, розвиток думки в матеріалі від загального до конкретного.

**Документ**– одне із джерел інформації для журналіста (разом з інтерв’ю та власними спостереженнями) – письмове свідчення, доказ, акт, що має юридичну силу.

**Жанр**(від франц. genre – рід, вид) – усталений тип твору, який склався історично, відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу і характеризується чіткими ознаками структури. Кожен жанр відіграє конкретну роль у системі засобів інформації і характеризується певною композиційною організацією матеріалу.

**Журнал** (від франц. journal – щоденник, газета) – періодичне видання, один з основних видів засобів масової інформації, що формує громадську думку. Від газети відрізняється форматом, тематикою, характером подачі матеріалів, має більше можливостей для аналізу.

**Журналіст** – професійний літератор, постійний співробітник, штатний працівник періодичного видання, інформаційного органу, редакції радіомовлення або студії телебачення, організатор творчого процесу.

**Журналістика** – 1) одна з форм суспільно-політичної діяльності, літературно-публіцистична праця в газетах, журналах, видавництвах, радіомовленні й телебаченні; 2) професія журналіста; 3) наука, що вивчає закони літературно-публіцистичної творчості, розробляє методи введення й організації роботи засобів масової інформації; 4) система періодичних видань.

**Журналістська етика** –система норм моральної поведінки журналіста, яка визначає характер і завдання його професії, регламентує відносини з членами суспільства, надає журналістській творчості соціального спрямування.

**Журналістська майстерність** − 1) професійне вміння автора реалістично відображати дійсність у різноманітних журналістських формах і публіцистичних жанрах; 2) це вміння оперативно відгукуватись на актуальні питання, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних явищ, правдиво узагальнювати їх із загальнолюдських позицій, сміливою аргументовано, цікаво і переконливо втілювати думки, факти у стислу і досконалу літературну форму, конкретні практичні результати виступів.

**Заголовок** – це назва будь-якого матеріалу газетного (журнального) жанру, в якому коротко, навіть афористично висловлюється головна ідея матеріалу. Це складова частина твору, що розкриває його зміст і виконує такі функції: 1) означення матеріалу на газетній полосі; 2) привертання до нього уваги; 3) затримання уваги; 4) створення передумов до прочитання тексту; 5) формування ставлення до написаного; 6) інтеграція інформації, носієм якої є заголовок, з тією, яка міститься в самому тексті; 7) створення певного емоційного настрою у читача; 8) створення протягом певного відрізку часу ключового символу в пам’яті читача для означення матеріалу.

**Замітка** – один з найпоширеніших жанрів української преси. Вона будується переважно на повідомленнях агентств та офіційних документів і передбачає граничний мінімум авторських коментарів. Обсяг замітки – до 150 рядків.

**Зв’язність** (цілісність) тексту – одна з головних ознак тексту, що відрізняє його від випадкових послідовностей фраз. Це логічне обдумане поєднання речень, а не фрази, об’єднані в псевдо текстові ланцюжки суто формальними способами.

**Засоби масової інформації** **(ЗМІ)**– спеціалізовані носії масової інформації (газети, журнали, програми радіо та телебачення), що призначені для розповсюдження соціально значущої інформації невизначеній масовій аудиторії на широкому інформаційному просторі.

**Засоби масової комунікації (ЗМК)** – включають в себе весь виробничій комплекс системи масової комунікації: комунікатора як ініціатора масового соціального спілкування з аудиторією; носії і канали масової інформації (ЗМІ) і саму масову інформацію як засіб спілкування.

**Звіт** - інформаційний жанр, покликаний подати читачеві досить вичерпну інформацію з певної теми чи про певну подію. Звіти подаються з важливих суспільно-політичних, культурних, наукових та спортивних подій.

**Ідея твору** – головна думка літературного, мистецького чи публіцистичного твору. Залежно від природи твору ідея має свій характер, свої способи вираження.

**Індукція** - метод пізнання, розвиток думки у тексті від конкретного до загального (від факту до теми).

**Інтерв’ю** (від англ. interview – бесіда, розмова) – інформаційний жанр, що являє собою розмову журналіста з компетентною особою або групою осіб з метою отримання інформації, текст якої призначений для публікації в газеті або журналі. Різновиди інтерв’ю: інтерв’ю - монолог, інтерв’ю – зарисовка, інтерв’ю – діалог, інтерв’ю – анкета, прес-конференція.

**Інфографіка** – це сукупність зображальних жанрів журналістики, що виникли на межі інформаційних жанрів та ілюстрації. Дозволяє передавати інформацію графічно: мовою малюнку, схеми, мапи.

**Інформатори** – особи, які самі не виступають у газеті як автори, а лише повідомляють журналістам про події, що можуть бути цікавими для редакції, новини в різноманітних сферах громадського життя.

**Інформація** – відповідно до Закону “Про інформацію”, це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі. Отже, інформація – це певна сукупність різноманітних відомостей, які збирає та використовує в роботі журналіст і які одержує з його твору реципієнт (читач, слухач, глядач тощо).

**Інформаційне агентство** (лат. agens – діючий + informo − повідомляю) – організація, що оперативно збирає різноманітні новини, найчастіше суспільно-політичну інформацію, і передає її для преси, радіомовлення, телебачення, державних та громадських органів. Інформаційні агентства надсилають для опублікування у пресі різноманітні матеріали: хронікальні повідомлення, проблемні статті, огляди й кореспонденції. Фотографії, кліше. Матеріали передаються за допомогою сучасних засобів зв’язку. На не державному рівні така інформація продається.

**Інформаційні** жанри – жанри журналістики, найважливішою ознакою яких є новизна факту, що повідомляється.

**Інформаційне суспільство** – це нова суспільна формація, закономірний неминучий етап постіндустріального розвитку більшості країн у ХХІ столітті; один із глобальних викликів, що вимагає активної участі держави, ділових і наукових кіл, кожної людини, їхньої адаптації до умов масового використання нових інформаційних технологій в різних сферах життя суспільства.

**Інфраструктура** ­-це складові частини (або елементи) загального механізму (або побудови), які носять упорядкований, допоміжний характер і забезпечують нормальну діяльність певної системи загалом.

**Композиція** – структура, побудова твору певного жанру, художній план твору, в якому співвідношення частин зумовлене темою і задумом.

**Комунікація** – спілкування на основі інформації; соціокультурна взаємодія індивідів, груп, організацій, держав та регіонів за допомогою інформаційних зв’язків.

**Комунікатор** – у загальному значенні – це індивід, який створює та передає повідомлення, представник творчого персоналу ЗМІ.

**Комунікаційний процес** – процес передачі інформації, що існує у трьох формах: інтраперсональна комунікація (внутрішній монолог людини); інтерперсональна комунікація (між особове спілкування); масова комунікація (передача інформації через ЗМІ). Для другої та третьої форм комунікаційного процесу притаманне використання як вербального так і невербального інструментарію.

**Консультанти** – особи, компетентні в різних галузях знання, експерти, до яких співробітники редакції звертаються за консультаціями, порадами під час підготовки матеріалу до друку, коли виникають певні сумніви.

**Масова аудиторія** – поняття, згідно з яким читачів, глядачів та слухачів засобів масової інформації трактують як нерозрізнену (часом безлику) групу, а не як сукупність особистостей.

**Методи збору інформації в журналістиці** – частина журналістського професіоналізму, яка пов’язана зі способами здобування, вивчення інформації, її осмислення і передавання відповідній аудиторії. У журналістиці виділяють такі методи збору інформації: метод спостереження, методи вивчення документів, метод інтерв’ю, а також соціологічні методи вивчення інформації.

**Новина**– особливість подієвої інформації, яка в момент свого виникнення (чи пізнання її аудиторією) несе додатковий і якісно інший фактаж у порівняння з тим, що вже відомий суспільству. Новина відзначається дієвістю, впливом на її аудиторію. Адже будь-яке нове явище аналізується й оцінюється з огляду його користі чи шкідливості в суспільно-політичному процесі.

**Образ** – 1) особлива форма естетичного освоєння світу, яка відтворює його предметно-чуттєвий характер, його цілісність, життєвість, конкретність – на відміну від наукового пізнання, що подається у формі абстрактних понять; 2) персонаж у художньому творі.

**Основне повідомлення** – найважливіший елемент кожного журналістського тексту. Воно є суттю того, про що розповідатиметься в матеріалі і містить найважливішу нову інформацію, заради якої, власне, й пишеться текст.

**Оперативність** – здатність друкованого органу, спроможність журналіста вчасно і кваліфіковано порушувати актуальні проблеми, відгукуватися на важливі життєві події. Оперативність – не скільки своєчасне відображення реальних фактів, скільки негайна постановка і розв’язання нового питання. Вона проявляється в умінні швидко й чітко написати матеріал, з найрізноманітніших прикладів відібрати тільки суспільно вагому інформацію, що відповідає вимогам сучасного зрізу суспільно-політичного життя.

**Періодика** (від грецьк. рeriodikos – той, що регулярно чергується) – сукупність друкованих видань (газети, журнали, альманахи, вісники, бюлетені), які виходять у відповідні, точно визначені терміни під одним заголовком і в однаковому художньо-технічному оформленні.

**Періодичність** – проміжки часу, через які виходять у світ номери чи випуски друкованого органу і забезпечують зв’язок видання з читацькою аудиторією.

**Підзаголовок** – це елемент журналістського, що має основну функцію систематизувати матеріал. Підзаголовок є бажаним у публікаціях, довших за 250 рядків.

**Позаштатні автори** – особи, що постійно виступають з публікаціями в часопису за певною тематикою, в якій вони є компетентними. Працівники редакції звертаються до них з проханням підготувати повідомлення – кореспонденцію, написати статтю на актуальну тему, взяти участь у дискусії на сторінках газети, надіслати відгук на певний виступ газети.

**Преса** (від франц. presse – прес, друк) – друковані періодичні видання (газети, журнали, альманахи, бюлетені, збірники), в яких систематично й оперативно різноманітними мовностилістичними й зображальними засобами відтворюють найактуальніші суспільно-політичні події. В суспільстві преса відіграє роль засобу комунікації, виступає інструментом відображення життєвих процесів, формує громадську думку.

**Принцип перевернутої піраміди** –це умовна схема, що визначає правила побудови газетних текстів (інформаційної групи). Передбачає, що найважливіша інформація, - основне повідомлення, - міститься на початку тексту. Потому, за принципом віддалення, розміщується менш важлива інформації.

**Публіцистика** – твори, в яких оперативно досліджуються й узагальнюються з особистих, групових, державних, загальнолюдських позицій актуальні факти та явища з метою впливу на громадську думку, суспільну свідомість. А відтак на соціальну практику. Публіцист вдається до своєрідного поєднання логічно-абстрактного та конкретно-образного мислення, впливаючи на розум і почуття людини, стимулюючи її певні вчинки, соціальну активність.

**Радіо** − передача інформації на відстані без проводів за допомогою електромагнітних хвиль.

**Радіожурналістика** – 1) вид журналістської діяльності, заснований на використанні технічних засобів радіомовлення; 2) сукупність радіопередач, що належать до сфери журналістики, результат діяльності радіо журналістів. Радіожурналістика має специфічні властивості, що відрізняють її від інших видів журналістики, зокрема: надзвичайно високий рівень оперативності, особливий характер емоційного впливу на аудиторію і внаслідок цього – структурна своєрідність композиційних рішень вихідного журналістського матеріалу, специфічні прийоми організації уваги аудиторії тощо.

**Радіомовлення** – спосіб передачі різноманітних звукових програм широкій аудиторії через ефір, по дротах або через Інтернет. Принцип дії: передача виголошується перед мікрофоном, який перетворює звукові коливання на електричні імпульси, які підсилюються і подаються до передавача. В передачі вони керують високочастотними , що подаються до передавальної антени. Передавальна антена випромінює в ефірі електромагнітні хвилі. Прийняті з ефіру приймальною антеною електромагнітні хвилі перетворюються в ній на електричні сигнали, а далі переходять до радіоприймача, який відтворює радіопередачу, виголошену перед мікрофоном.

**Редагування** −це літературне опрацювання матеріалу для вміщення його на сторінках друкованого органу або передачі по радіомовленню чи телебаченню; підготовка редакційного оригіналу (в газеті, журналі) чи мікрофонного матеріалу (на радіо, телебаченні). Включає всів етапи роботи над рукописом, в тому числі техніку правки тексту, підготовку матеріалу до опублікування чи випуску в ефір. Передбачає мовностилістичну правку рукопису, сприяє популярності викладу, дотриманню в текстах норм граматики, єдності стилістичних і жанрових особливостей журналістських виступів та ін.

**Редакція** – колектив працівників, творчий журналістський апарат, який керує виданням, визначає його змістову й політичну спрямованість, готує матеріали до друку. Складається з таких компонентів: керівництво редакції, секретаріат, відділи, кореспондентська мережа, редакційні служби. Діяльність редакційного апарату будується також на колективності журналістської роботи, що передбачає участь у редакційних справах усіх працівників періодичного видання, позаштатного активу.

**Репліка** – це короткий журналістський жанр, який являє собою несподіваний, чи бодай нестандартний висновок щодо певної ситуації. Репліка ніколи не буває довшою за 100 рядків.

**Репортер** – працівник засобів масової інформації, що збирає і подає інформацію про сучасні події.

**Репортаж** (від лат. reportare – передавати, повідомляти) – жанр, у котрому оперативно, динамічно, емоційно відображується якась подія чи явище, очевидцем або учасником якого був журналіст. Характерною ознакою репортажу є активно діюче авторське “я”, що створює в читацької аудиторії т. зв. “ефект присутності”. Види репортажу: подієвий, пізнавальний, проблемний.

**Розширене повідомлення** – малий інформаційний жанр, за змістовним наповненням він являє собою факт, розписаний детальніше та під заголовком. Обсяг розширеного повідомлення – до 30 рядків. Як і факт цей жанр не передбачає авторських коментарів.

**Свобода друку** – це право громадян вільно висловлювати свої погляди через газети, журнали та інші органи масової інформації, це життєво необхідна умова для найбільш повного виявлення політичного змісту і громадських функцій друкованого слова.

**Свобода творчості** – це визнання за автором права у відповідності до своїх поглядів і смаків, відображати, відтворювати й тлумачити об’єктивну дійсність. Свободу творчості слід розглядати з двох аспектів: гносеологічно-естетичному й соціальному. В гносеологічно-естетичному аспекті свобода творчості залежить від широти й глибини світобачення автора, його вміння проникати в сутність речей, від його таланту й майстерності. Соціальний аспект свободи творчості є залежним від поглядів автора, прагнень і цілей соціальних груп (класів, прошарків населення) і органів їх узагальнення й вираження – партій або громадських організацій.

**Сенсація** – важлива інформація, надруковано ексклюзивно.

**Система органів масової інформації** – це єдність компонентів які виникли в різні історичні періоди (спочатку періодична преса, потім телеграфні комунікації, фотографія, кіно, радіо, телебачення і, нарешті, новітні аудіовізуальні та комп’ютерні технології) з притаманними їм ознаками та прийомами, які існують у державі й мають на меті безперервне відображення життя в усій його багатогранності.

**Соціальні інститути** – це адміністративно-господарські організації, які діють у сфері розповсюдження певного органу ЗМІ і зобов’язані впроваджувати відповідні заходи контролю за виступами журналістів.

**Соціологія журналістики** − невід’ємна частина науки про засоби масової інформації, знання про реальні факти, процеси, тенденції функціонування тих чи інших журналістських об’єктів (засновників, аудиторії, журналістських кадрів тощо), отримані на основі аналізу певних досліджень.

**Спеціалізація журналіста** − (за типом періодичного видання), наприклад, спортивний журналіст, журналіст ділової преси, військовий журналіст та ін. Спеціалізація журналіста за типом засобу масової інформації, наприклад, газетяр, співробітник журналу, журналіст телевізійник (або тележурналіст), радіожурналіст, журналіст інформаційної аґенції, кіножурналіст (кінодокументаліст) та ін.

**Стиль журналіста** – індивідуальне, творче обличчя журналіста.

**Текст** – це усний чи письмовий твір мовотворчого процесу, логічно закінчений, складений із низки особливих мовних висловлювань, які об’єднані різними типами лексичних, граматичних, логічних, стилістичних зв’язків, має відповідну спрямованість і прагматичну установку. Текст – це єдність змісту і мовлення, яке формує і виражає цей текст. Текст – максимальна одиниця мови найвищого рівня мовної системи. Текст – це продукт мислення та інтелектуальної діяльності. До загальних особливостей системно-структурної організації тексту належать архітектоніка, структурованість і системність, цілісність, просторово-часова дискретність.

**Тема** − коли йдеться про друковану пресу, це сукупне повідомлення, що пропонується до уваги читача. Цю тему можна подавати у пресі через різні кути подачі.

**Тематика** – комплекс тем, розроблюваних газетою, журналом, редакцією радіомовлення, студією телебачення чи автором. Тематика інформаційного органу зумовлюється його профілем: багатство проблематики виступів залежить від категорії читачів, періодичності та обсягу видання. Тематика періодичних видань характеризується політичною спрямованістю, актуальністю й оперативністю, злободенністю й тісним зв’язком із сучасністю, зумовлюється епохою, суспільно-політичним життям.

**Телебачення** – процес передачі на відстані й прийому на екран зображення рухомих та нерухомих об’єктів за допомогою технічних засобів електро- чи радіозв’язку. Принцип дії ґрунтується на перетворенні світлової енергії в електричні імпульси, посиланні цих імпульсів на віддаль і перетворенні їх на світлові сигнали.

**Тележурналістика** – журналістська творчість, яка виявляється у відображенні дійсності телевізійними засобами у формах самого життя або втіленні літературної основи передачі (сценарій чи сценарний план) у відповідні жанри. У журналістській творчості на телебачення беруть участь сценаристи, коментатори, режисери, оператори, редактори та інші творчі працівники, які забезпечують підготовку телевізійних передач.

**Факт** – справжнє явище чи подія, не видумана пригода, те, що насправді мало місце, відбулося. Факти становлять основу журналістського твору. Поточне життя, безперервна інформація на сторінках газет і журналів, радіо і телебачення представлені у вигляді різноманітних відображених фактів. Логікою яких здійснюється вплив на читача, слухача, глядача.

**Фотожурналістика** – галузь журналістики, яка відтворює життя за допомогою засобів фотографії. Має свої форми і жанри: фотомонтаж, фотонарис, фоторепортаж, фото фейлетон, фотоетюд та ін.