

Термінологічний словник

- AdSense** — одна з найпопулярніших рекламних мереж в Інтернеті; належить компанії Google. Вона дає змогу блогерам монетизувати їхні блоги, розміщуючи контекстну рекламу і отримувати гроші за кожен клік на оголошенні.
- AdWords** — рекламна мережа від Google, надає можливість юридичним та фізичним особам просувати їхні проекти, послуги та веб-сайти за допомогою моделі «плата за клік»: власник платить лише тоді, коли хтось клікнув на його оголошення. Рекламодавець визначає ключові слова для своєї продукції і розміщує оголошення.
- AJAX** (англ. Asynchronous Javascript and XML) — технологія вирішення інтерфейсів, за допомогою якої браузер обмінюється даними із сервером у фоновому режимі, без перезавантаження сторінки. Завдяки цьому веб-сервіси стають більш швидкими та юзабельними; зменшується трафік, адже вантажиться тільки дані, що потребують змін, а не вся сторінка. AJAX набув широкого застосування в останні роки, внаслідок його використання в сервісах Google.
- Akismet** — один із найпопулярніших спам-фільтрів, плагін для платформи WordPress.
- Alexa** — інтернет-компанія, пошукова система, що спеціалізується на відстеженні трафіку та статистики відвідувань на сайтах в Інтернеті. Alexa вираховує ступінь ранжування сайту за його відвідуваністю протягом останніх трьох місяців.
- Atom** — попередник RSS; формат публікацій, що дозволяє відстежувати оновлення сайтів.
- Automattic** — компанія-розробник платформи для блогів і блогахостинга WordPress.
- CPC** (від Cost per Click — плата за клік) — модель інтернет-реклами, за якою рекламодавець платить за кожен клік по його оголошенню.
- CPA** (від Cost per Action) — модель інтернет-реклами, за якою рекламодавець платить за виконання певної дії: здійснення замовлення, передплати, покупки та ін.
- CPM** (англ. Cost per Mile — плата за милю) — модель інтернет-реклами, за якою рекламодавець платить за певний кількісний результат в тисячах — 1000 кліків або показів.
- CSS** (англ. Cascading Style Sheets — каскадні таблиці стилів) — спеціальна мова програмування, що використовується для оформлення стилів розмітки HTML. За допомогою CSS можна керувати дизайном веб-сайту, зокрема його типографікою, кольорами і сітками (ієрархічними, колонковими, модульними).
- Digg** — один із найпопулярніших соціальних новинних ресурсів. Користувачі публікують цікаві новини та посилання, після чого внаслідок голосування вони отримують рейтинг. Найрейтинговіші записи опиняються на першій сторінці.
- Favicon** (від англ. favourite і con) — графічне зображення веб-сайту малого розміру, розміщене в адресному рядку браузера або біля назви поточної сторінки веб-сайту. Призначене для орієнтування читача в масиві відкритих ним веб-сторінок.
- FeedBurner** — сервіс керування RSS-потокami. Виконує різноманітні функції: оновлення та урізноманітнення фіда користувача, залежно від його інформаційних інтересів; підрахунок кількості читачів; реклами у RSS та ін.
- FTP** (англ. File Transfer Protocol) — протокол передачі файлів. Дозволяє завантажувати файли з комп'ютера на сервер і в зворотному порядку, редагувати файли, а також забезпечує обмін інформацією між серверами.

Google Analytics — безкоштовний сервіс збору статистики для веб-сайту. Володіє багатим функціоналом, а також достовірними методами збору даних.

Google Reader — онлайн-сервіс для читання RSS-каналів, який дозволяє сортувати фіди, надавати їм різноманітні мітки, а також ділитися найкращими записами з друзями.

CIE Lab — колірна модель, що ґрунтується на сприйнятті кольору людиною. Створена Міжнародною комісією з освітлення. CIE Lab лежить в основі управління кольором за допомогою ICC-профілів; вона дає змогу вимірювати колір на безлічі матеріалів, що зустрічаються в сучасному виробництві — не тільки на фотоформах (плівках), друкарських формах і відбитках, а й у струменевій кольоропробі, ЕПТ- і РК-моніторах. CIE Lab — апаратно-незалежна, тобто відтворює одні й ті ж кольори незалежно від особливостей пристрою (монітора, принтера чи комп'ютера). Як параметри в CIE Lab використовуються: яскравість — L (Lightness) і два колірні показники — a і b . Параметр a змінюється в діапазоні від зеленого до пурпурового, параметр b — від синього до жовтого через сірий. L здійснює контроль за яскравістю кольорів, утворених a і b . Білий колір співставляється з максимальною інтенсивністю. Значення L знаходяться в межах 0-100; a і b — 200-200. Якщо a і b рівні 0, то, змінюючи L , отримуємо зображення, що містить градації сірого (Grayscale). Унаслідок змішування двох кольорів результуючий буде більш яскравим.

СМУК — субтрактивна колірна модель, що складається з чоритьох кольорів: блакитного (Cyan), пурпурового (Magenta), жовтого (Yellow) і чорного (black).

Колірне тіло моделі СМУК має вигляд куба в декартових координатах СМУ (чорна фарба в колірне тіло не входить і обчислюється окремо за певними формулами). Нульовій крапці системи координат відповідає білий колір. Зазначені фарби в поліграфії називаються тріадними і застосовуються для багатофарбового (повноколірного) друкування. Їх нашарування теоретично дає змогу відтворити на папері будь-який колір. Вважається, що комбінація 100 % блакитного, 100 % пурпурового і 100 % жовтого повинна утворювати глибокий чорний колір. Але в природі не існує ідеально чистих фарб — сполучення субтрактивних кольорів дає брудно-коричневий колір, тому для одержання чорного кольору і відтінків сірого використовується чорна фарба.

Під час друкування можуть бути задіяні всі чи деякі з кольорів СМУК, від чого великою мірою залежить його вартість: одноколірний друк набагато дешевший, ніж багатофарбовий.

Див. також **Субтрактивні кольори**.

DSL-телебачення — цифрова технологія, що дає змогу організувати мовлення кількох десятків каналів через телефонну лінію, використовуючи вільні під час телефонної розмови частоти.

Embedding — ідея впровадження шрифтів формату EOT або OTE разом зі сторінкою. Однак таке впровадження не вирішує всіх проблем. По-перше, не всі браузері підтримують відображення впроваджених шрифтів, по-друге, не всі кириличні шрифти адекватно конвертуються у зазначені формати.

Embedded OpenType — компактний формат впроваджуваних у веб-сторінки OpenType шрифтів, розроблений Microsoft. Файли таких шрифтів зазвичай мають розширення .eot. Компактність файлів досягається шляхом використання підмножини символів (в шрифт включаються тільки необхідні) та використанням стиснення даних (LZ компресія — частина технології MicroType Express компанії Agfa Typographic Systems).

Flash-замітка — збірний модуль, що складається з тексту, відео, фотографій та інших елементів, які збираються не інфографіками, а редактором. Це стандартна оболонка

для мультимедійних матеріалів, дає можливість редактору швидко зібрати модулі, що включають текст, фото, відео, інтерактивні елементи, в струнку і зрозумілу мультимедійну історію.

Flash-плеєр — широко розповсюджений програвач мультимедіа для перегляду файлів формату Flash (файли SWF).

Див. також: **Відеохостинг**.

HDTV (анг. High Definition Television) — телебачення, в якого чіткість по горизонталі і по вертикалі приблизно вдвічі вища за чіткість стандартну — SDTV, тобто 625 рядків.

Див. також: **SDTV**.

IM — див. **Instant messaging**.

Instant messaging (IM) — технологія миттєвого обміну повідомленнями (текстовими, звуковими, зображення, відео) через Інтернет. Засіб оперативного пересилання повідомлень у мережі – система типу ICQ для формування віртуальних співтовариств і спілкування у реальному часі. Системи обміну миттєвими повідомленнями використовуються в програмах Windows Live Messenger, Skype та ін.

IP-адреса (англ. Internet Protocol address) — адреса з чотирьох блоків чисел, розділених крапками (октетамів), яку має кожен комп'ютер, підключений до Інтернету, наприклад: 182.18.126.21. IP-адреса складається з двох частин: номера мережі й номера вузла.

У локальній мережі IP-адресу обирає адміністратор зі спеціально зарезервованих блоків адрес. Комп'ютеру, який повинен працювати як складова частина Інтернету, IP-адресу видає провайдер або регіональний інтернет-реєстратор (Regional Internet Registry, RIR).

IP-адреси поділяються на постійні і тимчасові (динамічні). Комп'ютери, що входять в мережу на постійній основі, мають постійну IP-адресу. Комп'ютери користувачів, які підключаються до мережі на час сеансу, отримують тимчасову IP-адресу, чинну протягом відповідного часу. Знаючи IP-адресу будь-якої віддаленої комп'ютерної системи, до неї можна звертатися із певними запитами: про постачання даних (документів), підключення до програм, використання обладнання тощо.

IPTV (анг. Internet Protocol Television) — сервіс, на який користувачі роблять підписку і вносять за можливість дивитися телевізійний продукт на звичайному телевізорі, підключеному до інтернету, абонентську плату. Додаткові до кабельного і супутникового телебачення функції – можливість формування індивідуального пакета телеканалів, функція «пауза» в режимі реального часу тощо.

Див. також: **Інтернет-телебачення**.

ModularGrid — інструмент верстальника електронного видання, базується на JavaScript.

Основні можливості ModularGrid:

відображення направляючих сторінки;

показ модульної сітки поверх сторінки;

відображення окремо шрифтової сітки;

відображення горизонтальної або вертикальної модульної сітки поверх сторінки;

показ зображення-макету поверх сторінки;

зміна розміру вікна браузера під зазначені верстальником параметри;

зміна прозорості модульної сітки та зображення-макету.

ModularGrid відрізняється від аналогів: не залежить від браузера; містить у собі багато інструментів для HTML-верстки; всі налаштування задаються безпосередньо в коді до modulargrid, що допомагає підключити цей файл на всіх сторінках і використовувати одну й ту ж конфігурацію для всього проекту; легко налаштовується не тільки за функціональністю, а й за зовнішнім виглядом; налаштовувати «гарячі»

клавіші; не потребує використання додаткових CSS-файлів, зображень, сторонніх бібліотек.

Movable Type — платформа для блогів від компанії Six Apart, відомої як розробник LiveJournal.

Nofollow — тег, який не дозволяє посиланню бути врахованим при скануванні пошуковою системою для ранжування сайту. Цей тег для посилання відмінює голос «за» той сайт, на якого веде лінк. Є одним із методів боротьби зі спамом в коментарях.

PageRank — сервіс Google, що визначає авторитетність веб-сайту у балах від 1 до 10. Його концепція: посилання веб-сайту А на веб-сайт В. Таким чином, чим більше на певний веб-сайт зворотних посилань, тим вищий PageRank.

PDA-версія — див. **Мобільна версія сайту**.

PHP — високорівнева мова програмування динамічних веб-сторінок.

Pligg — платформа, що дозволяє будь-кому створити соціальний сайт новин за прикладом Digg.

RGB — адитивна (підсумовуюча) колірна модель, що описує випромінювані кольори і застосовується в таких пристроях, як телевізійні кінескопи та комп'ютерні монітори. Має три базові кольори: червоний (**Red**), зелений (**Green**) і синій (**Blue**). Колірні компоненти інакше називаються каналами.

Попарне поєднання базових кольорів у рівних частках дає додаткові: жовтий (**Yellow**), блакитний (**Cyan**) і пурпуровий (**Magenta**): $R+G= Y$; $G+B=C$; $B+R= M$. У сучасних комп'ютерах відтворюється 256 (від 0 до 255) значень кожного з трьох кольорів; на колір кожного пікселя припадає, звичайно, 24 біти. Тож, загальна кількість можливих кольорів на моніторі – близько 16,7 млн. Результуючий колір залежить від значення кожного з базових компонентів у зображенні. Наприклад, для одержання одного з відтінків жовтого кольору необхідна така комбінація: $R=255$, $G=236$, $B=103$. Білий колір утворюється, якщо значення кожного з трьох компонентів дорівнює 255. Чорний колір отримують, коли інтенсивність усіх трьох складових дорівнює 0.

Модель RGB використовується для проектів, які демонструватимуться тільки на екрані і не будуть роздруковуватися.

Див. також: **Адитивні кольори**.

RSS (англ. **Really Simple Syndication** — просте одержання інформації) — формат із сімейства XML-форматів, за допомогою якого зацікавленим користувачам здійснюється постачання оновленої інформації із сайтів. Документ у стандарті RSS називають також «стрічкою». RSS-потік слугує просуванню сайту, залученню нових відвідувачів. А користувачеві надає такі переваги: економія часу (не потрібно щоденно відвідувати сайти в пошуках нових матеріалів); поінформованість при економії трафіку (RSS-стрічка зазвичай містить лише найважливішу інформацію); відсутність спаму; анонімність одержувача. Щоб отримувати RSS-стрічку, потрібно підписатися на неї в браузері, в локальній програмі тощо.

Див. також: **Кастомізація послуг**.

SDTV (англ. **Standart Definition Television**) — телебачення, в якого чіткість забезпечено стандартом розгортки 625 рядків.

Див. також: **HDTV**.

SEO — див. **SEO-оптимізація**.

SMM — див. **Реклама в соціальних медіа**.

SMO — див. **Оптимізація під соціальні медіа**.

Spyware — шпигунське програмне забезпечення, що здійснює збір будь-якої конфіденційної інформації (про конфігурацію комп'ютера, діяльність користувача тощо) без згоди на те її власника.

Story builder — див. **Творець історії**.

Technorati — пошукова машина для блогів. Компанія також відома своїм рейтингом блогів, а також щорічними підсумками та звітами з проблематики блогосфери, динаміки її розвитку.

Timestamp — дата публікації запису на блозі. У деяких двигунцях, наприклад, WordPress, є можливість віддаленої публікації – тобто публікації статті у заданий час.

Twitter — платформа мікроблогів, що спеціалізується на коротких (до 140 символів) записах.

WordPress — одна з найпопулярніших у світі систем управління контентом, призначена передовсім для створення блогів. Має велику кількість додаткових розширень (модулів, плагінів, тем оформлення), численну російськомовну та українськомовну спільноти. Встановлення відбувається шляхом копіювання інсталяційних файлів на певний хостинг, а також початкових налаштувань, після чого можна вести блог.

URL (англ. Uniform Resource Locator — уніфікований покажчик ресурсу) — стандартизована адреса інтернет-ресурсу, короткий текстовий рядок, що використовується браузером для ідентифікації певного ресурсу на певному сервері. Кожен документ у Мережі має власний унікальний ідентифікатор URL, що дає змогу віднайти його й отримати доступ до нього через клієнтську програму. Двох документів з однаковими URL-адресами в Інтернеті не може бути, аналогічно як на одному комп'ютері не може бути двох файлів з однаковими іменами. *Синоніми*: URL-адреса.

WEB 1.0 — див. **Веб 1.0**.

WEB 2.0 — див. **Веб 2.0**.

Wi-Fi (англ. Wireless Fidelity — висока точність безпроводної передачі даних) - технологія, що забезпечує бездротове з'єднання комп'ютерів у локальну мережу і високошвидкісний бездротовий доступ до Інтернету. Пунктом доступу до Інтернету за технологією Wi-Fi, який може бути розгорнутий на певній території, є хот-спот (англ. hotspot). Хот-спот може містити декілька точок доступу, об'єднаних в мережу, тож користувач має свободу переміщення в межах хот-споту.

Див. також: **Локальна мережа**.

Wiki-технологія — див. **Вікі-технологія**.

WWW — див. **Веб**.

WYSIWYG (англ. **What You See Is What You Get** - «що бачиш, те й отримаєш») - режим абсолютної відповідності інформації, відображеної на екрані; властивість прикладних програм, в яких зміст відображається в процесі редагування і виглядає максимально схожим на кінцеву продукцію, яка може бути друкованим документом, веб-сторінкою або презентацією.

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

Для створення аватара використовують шаблони з онлайн-сервісів, графічні редактори для редагування власних фото тощо. *Синоніми*: аватара, аватарка.

Адитивні кольори (від англ. add — додавати, складати) — кольори, що змішуються. Базовими (первинними) адитивними кольорами є червоний (Red), зелений (Green) і синій (Blue) — на їх основі можна отримати практично весь спектр видимих кольорів. При змішуванні базових кольорів отримують додаткові: пурпуровий (Magenta) —

синій+червоний; жовтий (Yellow) — зелений+червоний; блакитний (Cyan) — зелений+синій. Білий колір утворюється, якщо інтенсивність кожного базового кольору є максимальною; чорний — якщо вона рівна 0. Решту адитивних кольорів отримують шляхом поєднання трьох базових компонентів у різних пропорціях.

Колірна модель RGB використовується для відтворення кольору на екранах телевізорів і комп'ютерів, в системах освітлення, сканерах і цифрових апаратах.

Див. також: **RGB, Субтрактивні кольори.**

Айдентика електронного видання — сукупність прийомів художнього та технічного дизайну, за допомогою яких створюють оригінальне видання — не тільки естетичне, а й «комунікативне», що сприймається як індивідуальний візуальний концепт.
Синоніми: фірмовий стиль, корпоративний стиль, брендова символіка.

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

У дослідженні використовується ай-трекер (англ. Eye Tracker) — 17-дюймовий високоякісний монітор з двома непомітно вбудованими інфрачервоними камерами і програмним забезпеченням, яке ідентифікує особливості ока людини і відображує низку важливих показників очної активності. За допомогою цього приладу простежується траєкторія погляду (фіксації, стрибкоподібний рух очей), вимірюється діаметр зіниці. Отримані результати використовуються для оптимізації дизайну веб-сайту, поліпшення інтерактивності інтернет-видання, підвищення ефективності реклами тощо.

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

Див.також: **Акаунт банерний.**

Акаунт банерний — обліковий запис, що містить параметри керування банерами, привілеї щодо їх використання.

Див.також: **Акаунт.**

Акцент (лат. accentus — наголос) — виділення частини композиції, зображення, сторінки, документа з метою привернути увагу до певного її фрагмента. Об'єкт композиції, що має стати акцентом, визначається на першому етапі роботи над макетом. Він виокремлюється контрастом на тлі другорядних елементів, що підсилює цей елемент і послаблює другорядні. Для цього вдаються до збільшення розміру акцентованого елемента, змінюють його форму, текстуру, колір, тон, напрям, додають опуклості тощо. Відповідно до кількості категорій, за якими здійснюється контрастне протиставлення, виділяють одномірний (за однією категорією) та багатомірний (за кількома категоріями) контрасти. Контрастне протиставлення дає можливість виділити і гіперболізувати особливості двох і більше об'єктів, кольорів. Цей прийом дає змогу підсилити властивості предмета, порівняно з його антиподом.

Див. також: **Акцентування.**

Акцентування (від лат. accentus — наголос) — композиційний прийом виділення, підкреслення або збагачення форми, що досягається засобами ритму, контрасту, кольором, фактурою тощо. Акцентування здійснюється за допомогою шрифтових та нешрифтових засобів. До нешрифтових засобів акцентування належать абзацні відступи, збільшені або зменшені проміжки, орнамент, декоративні елементи (фігурні знаки, лінійки, рамки, плашки, підкладки), а також композиційні засоби,

зміна формату складання, встановлення коротких допоміжних текстів або знаків на широких берегах.

Див. також: **Акцент**.

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

Альфа-канал — канал редактора зображення, використовуваний для виділення маски або часткового елемента зображення (partial picture element) або кольору. Додатковий 8-розрядний канал, що використовується в деяких графічних платах, крім трьох традиційних RGB-каналів. У таких платах для кодування кольору пікселя використовуються 32 біти, зокрема 24 біти містять інформацію про колір, що відповідає RGB-каналам (по 8 бітів на кожний колір), а старші 8 розрядів утворюють альфа-канал. За його допомогою можна формувати прозорі ділянки зображення, що не залежать від певного кольору.

Див. також: **RGB; Адитивні кольори**.

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

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

Антиаліасинг (англ. Antialiasing) — назва технології в електронній типографіці — виправлення нерівної лінії, зубчастих країв форм шляхом затінення або підфарбування сусідніх пікселів із метою зменшення контрастності переходу від світлого до темного тонів. Однак при його використанні текст може ставати недостатньо чітким. Рекомендується в роботі зі шрифтами великого кегля. *Синонім*: вирівнювання.

Антисиметрія — симетрія протилежностей, тобто симетрія, в цілому, зберігається, але певні елементи замінюються на протилежні. Антисиметрія застосовується як сильний засіб виразності. Антисиметричні композиції часто мають символічний смисл, наприклад, маска з виразами обличчя, що передають протилежні почуття; порівняльна реклама, яка зображує стан об'єкта до та після застосування препарату. При застосуванні антисиметрії повинна бути збережена рівновага форми.

Апрош (від фр. ap proche — наближення) — міжлітерний проміжок. Кожен знак має фіксовані два півапроші — ліворуч та праворуч, які утворює між деякими парами символів проміжки різного розміру. *Синоніми*: міжлітерний проміжок.

Арт Нуво (від фр. Art Nouveau — нове мистецтво) — художній стиль, що склався на межі XIX–XX ст. Його характерними рисами є декоративні плавні лінії, поєднання прямокутних геометричних і рослинних вигнутих форм, теми квітів, листя, птахів і комах. Природні мотиви часто є казковими та асиметричними. Одне із джерел Арт

Нуво — естетика стилю «Мистецтва та ремесла». *Синоніми*: національні назви стилю — модерн (рос.), югендштиль (нім.), ліберті (італ.) та ін.

Див. також «**Мистецтва та ремесла**».

Архітектоніка видання (від грец. ἀρχιτεκτονική – будівельне мистецтво) — 1) основний принцип побудови видання, зв'язок і взаємозумовленість елементів цілого, їх логічна співвідпорядкованість; 2) система знань про побудову видання як єдиного цілого, наука про інтегральний взаємозв'язок основних його елементів.

Аналіз архітектоніки видання передбачає оцінку конструктивності, логічності його оформлення, структури видання в цілому, і цим вона відрізняється від композиції — власне побудови окремих частин, образів, деталей. Архітектоніка поєднує змістовий, структурний і зображальний аспекти видання через систему рубрикації, змістові та конструктивні зв'язки, взаємовідносини текстового та зображального матеріалу, відображені у макеті видання. *Синоніми*: Структура видання; Тектоніка видання, Композиція видання.

Див. також: **Архітектонічність видання**.

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

Див також: **Архітектоніка видання**.

Асиметрія — варіант композиції, при якому в поєднанні та розташуванні елементів, осей, площин симетрія відсутня чи порушена (дисиметрія). Розрізняють асиметрію лівобічну та правобічну.

Асиметрія навмисно виражає невпорядкованість, незавершеність і слугує організації цілісної форми. За своєю суттю вона «індивідуальна», тоді як в основі симетрії закладена певна типовість. Асиметрію використовують, щоб звернути увагу на відсутній елемент, створити конфлікт, підкреслити динамічність образу. Асиметрія вносить у дизайн свободу, рух, динамізм, врівноваженість руху в межах цілого. Навіть незначні відхилення, внесені до симетричної схеми, роблять елемент дизайну або дизайн видання в цілому складнішим і цікавішим. На практиці часто обидва прийоми поєднуються. Асиметрія має широкі можливості для вирішення неповторних пластичних завдань, дозволяє увиразнити образ, передати його багатогранність. Асиметричну композицію легше розвинути, вкласти у простір або простір підпорядкувати їй.

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

Виокремлюють такі основні групи якісно-кількісних характеристик медіааудиторії: соціально-демографічні, соціально-психологічні, соціально-професійні, соціокультурні, споживчі, політико-ідеологічні та ін., кожна з яких, своєю чергою, поділяється на підгрупи. Крім того, можна виділити такі блоки характеристик аудиторії ЗМІ: аудиторна поведінка; ставлення до інформації та її джерела; комунікаційна активність.

Порівняно з аудиторіями традиційних ЗМІ, аудиторія інтернет-користувачів має низку особливостей: вона є локальною і глобальною водночас, більш нішева, фрагментована, дифузна. У ставленні до інформації інтернет-аудиторія виявляє непостійність, поквалітивність, інтенсивніший відбір інформації та перехід від джерела

до джерела, вимогливість до якості інформпослуг. У комунікаційній поведінці інтернет-аудиторія більш налаштована на власну медіаторчіть та інтерактивність — діалог і взаємодію, водночас їй властива «активна анонімність», що набуває форм нетолерантності в коментарях, чатах. *Синоніми*: аудиторія інтернет-медіа, користувачі (абоненти) Інтернету, юзери.

Аудіоверсія тексту — начитаний диктором або електронним диктором текст повідомлення.

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

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

Див.також: **Відеоонтаж**.

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

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

Афініті-індекс (англ. Affinity Index) — індекс відповідності, що позначає відношення рейтингу за цільовою аудиторією до рейтингу за базовою аудиторією; демонструє, наскільки якісніше цільова аудиторія контактувала з рекламною або рекламованою подією, ніж базова, а також вказує на профільність обраного рекламного засобу для певної цільової аудиторії. *Синоніми*: індекс відповідності.

Афорданс (англ. Affordance від afford — мати або надавати можливість) — інтуїтивно зрозуміла властивість об'єкта (середовища, інтерфейсу), яка вказує на те, яким чином слід взаємодіяти з даним об'єктом або використовувати його. Дж. Гібсон, розробник теорії сприйняття, вважав, що афорданс — якість сприйманих предметів і подій «заманювати», «запрошувати» до контакту. Це поняття знаходить застосування в галузі ергономіки, штучного інтелекту, при розробці інтерфейсів для взаємодії людини з комп'ютером. Йдеться про інтерактивний дизайн — таку взаємодію з об'єктами, коли користувачеві не потрібне попереднє навчання.

Ахроматичний колір (від грец. α — заперечна частка + χρώμα — колір, тобто безбарвний) — колір, позбавлений тону і насиченості. Ахроматичними кольорами є білий, чорний і всі градації сірого. У поліграфії ахроматичні кольори зазвичай отримують, використовуючи одну фарбу К (black).

База даних (БД) — поименоване і логічно впорядковане зібрання текстової, звукової, зображальної чи іншої інформації, пов'язаної з певною предметною областю. БД зберігаються в довільній формі, нині найчастіше — в електронній. Призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів. Головні вимоги до БД: актуальність, повнота, вірогідність.

Див. також: **Доступ до інформації**.

Базова лінія — уявна лінія, на якій розташовуються літери і яка проходить по основі символів тексту. Тобто символи текстового рядка стоять на базовій лінії, а нижні виносні елементи немов звисають із неї. Нижче базової лінії розташовуються

підрядкові індекси, а надрядкові розташовуються значно вище від неї. Звичайно, остання розташована горизонтально, але в багатьох програмах верстки її можна модифікувати в будь-яку форму.

Банер (англ. Banner — прапор, транспарант) — графічне зображення рекламного характеру, здебільшого пов'язане гіперпосиланням із сайтом рекламодавця або іншим веб-ресурсом із додатковою інформацією.

Банер повинен переслідувати певну мету, чому підпорядковується його стиль, наприклад: «іміджевий» банер просуває певний бренд, передає його основні риси; інформаційний — у зрозумілій і цікавій формі надає відомості про товар, акцію тощо. Залежно від особливостей сприйняття, банери поділяють на статичні (складаються з одного кадру) та динамічні (із двох і більше кадрів). Розрізняють такі їх види: jpg-банер — статичне зображення; gif-банер — анімований графічний елемент, створений із кількох статичних зображень (кадрів); flash-банер — анімований банер; піксельний банер — створений шляхом промальовування дизайнером кожного пікселя, що дає можливість створити яскраву анімацію при мінімальній вазі банера. Найбільш уживаними розмірами банерів є 468×60, 100×100, 120×60, 120×600 та ін.

Див. також: **Банерна інтернет-реклама.**

Банерна інтернет-реклама (від англ. banner — прапор, транспарант і лат. reclamare — стверджувати, вигукувати, протестувати) — поширений, ефективний і недорогий спосіб реклами в Інтернеті, що полягає в розміщенні на веб-сайтах банерів (зображень рекламного характеру) з гіперпосиланням на веб-сайт рекламодавця.

Банерна реклама різноманітна за формою і розмірами, буває статичною і динамічною, беззвучною та озвученою тощо. Розміщенням банерів займаються служби банерної реклами, які об'єднують велику кількість веб-сайтів у єдину мережу і за допомогою спеціальних програм показують банер на сторінках цих веб-сайтів. Політика таких служб різна: одні створюють мережу тільки з добре відвідуваних сайтів і не допускають до неї сайти із сумнівним змістом; інші, намагаючись охопити якомога більшу аудиторію для показу, не керуються настільки чіткими вимогами до сайтів. У банерній інтернет-рекламі вдаються також до таргету — більш прагматичного підходу: банер розміщують на сайтах конкретної тематики, показують у певний час доби або в певному географічному регіоні. Інший варіант здійснення банерної інтернет-реклами — обмін банерами з іншими сайтами, що передбачає розміщення банерів партнерів на власному сайті.

Див. також: **Банер, Інтернет-реклама.**

Близькі кольори — комбінація двох чи більше кольорів, які знаходяться поруч на колірному колі, наприклад, лимонно-жовтий — жовтий; синьо-зелений — середньо-зелений — хлорофіловий. Такі кольори мають подібну довжину хвилі і використовуються для побудови нюансних композицій. Близькі кольори підкреслюють взаємопов'язаність елементів, легко і спокійно сприймаються. Проте одноманітність, відсутність контрасту може спричинити певну млявість у композиціях. *Синоніми*: нюансні кольори.

Див. також: **Велике колірне коло, Нюанс.**

Блог (від англ. Weblog — мережевий журнал, щоденник подій) — окремий веб-сайт або його розділ, що регулярно оновлюється, матеріали якого (пости) можуть містити тексти, фотографії, відео. Блоги класифікують за різними критеріями: авторства (особистий, колективний, корпоративний); змістових особливостей контенту (мікроблог, тематичний, цитатний, творчий); переважаючих форм представлення інформації (текстовий, музичний, фотоблог, відеоблог) тощо. Ведення блогу не має чіткої періодичності; контент розміщується в зворотному хронологічному порядку.

Блоги — вияв громадянської журналістики, в якій виявляється прагнення сучасних споживачів інформації до власної медіаторчості та діалогу. На відміну від особистого щоденника, блог є публічним, інтерактивним — передбачає широкі можливості коментування та дискусії.

Див. також: **Мікроблог; Блогер; Блогосфера.**

Блогер — автор, модератор блогу.

Див. також: **Блог; Блогосфера.**

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

Див. також: **Блог; Блогер; Інтернет-спільнота.**

Брандмауер (нім. Brandmauer) — система або комбінація систем, що дозволяє розділити мережу на дві або більше частин і реалізувати набір правил, що визначають умови проходження пакетів інформації з однієї частини в іншу. Зазвичай межа проводиться між локальною мережею організації та Інтернетом, хоч її можна провести й всередині локальної мережі організації. Брандмауер таким чином пропускає через себе весь трафік. Для кожного поточного пакета брандмауер приймає рішення: пропустити його чи відкинути. Застосування брандмауера слугує інформаційній безпеці комп'ютерної мережі. *Синоніми:* Фаєрвол (англ. Firewall).

Див. також: **Інформаційна безпека комп'ютерних систем.**

Браузер (англ. Browser — переглядач) — програма, призначена для пошуку та перегляду ресурсів Інтернет. Надає інтерфейс між користувачами і веб-сайтом, відображає вміст сторінок. Серед популярних браузерів: Internet Explorer, Opera, Mozilla Firefox, Apple Safari, Google Chrome. Практично всі вони розповсюджуються безкоштовно. Різні браузери можуть по-різному відображати одні й ті ж веб-сайти, що викликано різними підходами до реалізації підтримки HTML і CSS.

Брендинг (англ. Branding) — діяльність, спрямована на створення стійкої прихильності до певного товару шляхом комплексного впливу на споживача рекламних звернень, товарної марки, пакування, матеріалів сейлз-промоушн та інших елементів реклами, об'єднаних певною ідеєю та фірмовим оформленням, які виокремлюють товар серед конкурентів і створюють його образ.

Веб (англ. WEB — від World Wide Web — Всесвітня павутина) — єдиний інформаційний простір, який складається із мільйонів взаємозв'язаних гіпертекстових електронних документів, що зберігаються на веб-серверах. Більшість ресурсів Всесвітньої павутини уявляють із себе веб-сторінки.

Див. також: **Веб 1.0, Веб 2.0, Веб-сторінка.**

Веб 1.0. — умовна назва Інтернету першого покоління. Сайти Веб 1.0 статичні й не інтерактивні. Основною ознакою Веб 1.0 є те, що сторінки, відображені браузером, відповідають окремим файлам. Для того, аби переглянути наступну сторінку, потрібно вийти з діючої або відкрити її в новому вікні. Взаємодія між окремими сторінками сайту і сайтами примітивна, як правило, лише через гіперпосилання. Створення сайтів і веб-сторінок потребує спеціальних навичок і високої кваліфікації. Додатки Веб 1.0 належать конкретній компанії чи приватній особі. Водночас розроблені програми користувачі можуть завантажувати, але не повинні знати, як вони працюють, і не мають права змінювати їх.

Див. також: **Веб, Веб 2.0.**

Веб 2.0. — наступне після Веб 1.0 покоління інтернет-ресурсів. Основні їхні ознаки — соціальність і мобільність. Межа між користувачем інформації та автором стала умовною, адже завдяки доступності таких сервісів, як медіахостинги, блог-платформи та ін., пересічні користувачі, необізнані в програмуванні та дизайні,

здобули можливість створювати свій контент в Інтернеті. Ознакою Веб 2.0 є інтерактивність, що виявляється в коментуванні повідомлень, створенні груп користувачів, прямому обміні даними. Для роботи з проектами у Веб 2.0 використовуються не статичні сторінки (як у Веб 1.0), а системи управління контентом, для роботи з якими достатньо браузера. Водночас користувач не лише читає і вводить текст на сторінці сайту, а й має можливість зберігати у Мережі свої файли, працювати з ними в інтерфейсі браузера. Додатки, що відповідають критеріям Веб 2.0,— програми з відкритими, тобто доступними кожному, кодами. Користувачі можуть вивчати роботу додатків і змінювати їх, а також створювати на основі наявних нові.

Див. також: **Веб, Веб 1.0.**

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

Див. також: **Дизайн, Еволюція веб-дизайну.**

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

Див. також: **Веб-сторінка.**

Веб-серфінг — спосіб читання, який полягає в пересуванні по гіпертексту в Інтернеті за допомогою гіперпосилань — від документа до документа. Користувач, натискуючи на гіперпосилання, «ковзає» по текстах в «океані» інформації, ніби серфінгіст по хвилях. Пошуки цікавої і корисної інформації нерідко віддаляють його від початкової теми. При цьому він проводить власне сюжетування, конструє власну картину світу. Головні ознаки веб-серфінгу — нелінійність, асоціативність сприйняття інформації.

Див. також: **Гіпертекстуальність, Сюжетування.**

Веб-сторінка (від англ. web — мережа) — інформаційний ресурс, доступний у мережі Інтернет, який можна переглянути у веб-браузері. Зазвичай, ця інформація записана в форматі HTML або XHTML, може містити гіпертекст із навігаційними гіперпосиланнями на інші веб-сторінки. Веб-сторінки зберігаються на локальному комп'ютері або надходять із віддаленого веб-сервера. Вони можуть складатись із статичних текстових файлів, що зберігаються у файловій системі веб-сервера (статичні веб-сторінки), або веб-сервер може створювати сторінки за запитом браузера (динамічні веб-сторінки). Застосування сценаріїв на стороні клієнта після завершення завантаження веб-сторінки може пришвидшувати роботу користувача з нею.

Існують різні варіанти створення веб-сторінки — починаючи від використання спеціальних сервісів, призначених для обслуговування персональних сторінок, блогів, і завершуючи замовленням на створення цілого сайту в профільній компанії.
Синоніми: інтернет-сторінка, електронна сторінка.

Див. також: **Гіпертекст; Гіперпосилання, Домашня сторінка веб-сайту.**

Векторна графіка — вид електронної графіки, що зберігається в пам'яті комп'ютера у вигляді т. зв. кривих (векторів), тобто об'єктів, які можна описати математичним рівнянням. На відміну від растрової графіки, яка подає зображення як набір пікселів, векторна графіка має малий розмір файлів, оскільки у пам'яті комп'ютера зберігаються тільки координати основних вузлів зображення і лінії між ними. Якість

векторної графіки не залежить від масштабування зображення, тому її використовують у логотипах. Сучасна векторна графіка може містити растрові елементи (фотографії, тіні тощо).

Основні векторні редактори: Adobe Illustrator, Corel Draw. Поліграфічні формати векторної графіки: EPS, PDF. Інтернет-формат векторної графіки — SVG.

Велике колірне коло — коло із 24 кольорів, розроблене теоретиком кольору В. Оствальдом. Воно складається з кольорів: лимонно-жовтого, жовтого, золотаво-жовтого, жовто-жовтогарячого, червоно-жовтогарячого, кіноварно-червоного, червоного, кармінно-червоного, пурпурно-червоного, пурпурно-фіолетового, фіолетового, синьо-фіолетового, синювато-фіолетового, ультрамаринового, середньо-синього, синього, волошково-синього, бірюзового, кольору морської хвилі, смарагдово-жовтого, синьо-зеленого, середньо-зеленого, хлорофілового, жовто-зеленого. Гармонійні сполучення дають два кольори, що лежать навпроти один одного, чи три кольори, розташовані під кутом 60°.

Див. також: **Колір, Колірне коло Ісаака Ньютона, Колірне коло Менселла, Коло природних кольорів за Гете, Кольорометричне коло Іттена.**

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

Верстка веб-сторінок — 1) процес формування веб-сторінок у текстовому або WYSIWYG-редакторі; 2) результат цього процесу, тобто власне веб-сторінки. html-верстка сайту — це верстка сайту на основі мови гіпертекстової розмітки html.

Залежно від основних елементів html, що використовуються при верстці сайту, виділяють табличну html-верстку й блокову html-верстку. Таблична верстка сайту — це верстка, при якій структура сторінки сайту представлена у вигляді таблиці. Кожний елемент сторінки — це одна або кілька комірок таблиці. Блокова верстка сайту — це верстка сайту на основі елементів <div>. Вона має низку переваг: стислість коду, висока швидкість завантаження коду тощо.

Веб-верстка передбачає гармонійне поєднання текстового й зображального матеріалу, розбивку сторінки на колонки, розташування на веб-сторінці різних за розміром матеріалів, підверстку коротких текстів, відокремлення цитат із тексту в спеціальні «вікна» та ін. Рівень верстки визначає загальний рівень дизайну, в межах якого її виконують.

Верхній виносний елемент — в типографіці частина малої літери, що виступає над лінією висоти її вічка.

Див. також: **Нижній виносний елемент.**

Види композиції — виділяють фронтальну, об'ємну, глибинно-просторову композиції. До фронтальних належать усі «площинні» композиції, зокрема й комп'ютерна графіка. До об'ємної композиції належать твори, що мають три виміри (довжину, ширину і висоту), тобто параметри, які характеризують об'єм взагалі. Це скульптура, дрібна пластика, малі архітектурні форми, роботи декоративно-прикладного характеру, різні утилітарні об'єми — все, що включає в себе дизайн. Об'ємну композицію можна розділити на два типи: симетричну й асиметричну. Глибинно-просторова композиція є вершиною творчих можливостей. Вона впливає на глядача не тільки поєднанням площин, об'ємів, а й паузами між ними. Вплив простору сильніший, ніж площини або об'єми. Вплив гармонійного простору, побудованого за законами гармонії, сприятливо впливає на особистість. Також композиція може бути закритою (вписуватися у певну форму і цілком підпорядковуватися їй) та відкритою (припускає уявне продовження в просторі за межами твору).

Див. також: **Відкрита композиція, Глибинна композиція, Закрита композиція, Композиція видання.**

Висота великої літери — відстань від базової лінії шрифту до лінії висоти великих літер.

Висота вічка — висота малої літери без верхніх і нижніх виносних елементів.

Відео за запитом (англ. Video on Demend) — можливість переглянути опублікований в Інтернеті запис у будь-який час.

Див. також: **Потокове мовлення.**

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

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

Див. також: **Аудіомонтаж.**

Відеоряд — сукупність відзнятих на камеру кадрів і розташованих у певній послідовності після обробки відеоматеріалу (монтажу).

Див. також: **Відеомонтаж.**

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

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

Див. також: **Колектор відеоконтенту, Flash-плеєр.**

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

Відкрита композиція — композиція, в якій силові лінії спрямовані від центру; зазвичай має кілька композиційних вузлів. Нею передається відчуття руху, ритму, простору. Такий ефект досягається, наприклад, при винесенні елементів немов за межі аркуша з обрізаним форматом — погляд виводиться з площини сторінки.

Див. також: **Види композиції, Глибинна композиція, Закрита композиція, Композиція видання.**

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

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

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

загальнодоступна, вільно поширювана і редагована енциклопедія, що публікується в Інтернеті.

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

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

Див. також: **Вірусний маркетинг**.

Вірусний маркетинг (від лат. virus — отрута та англ. marketing) — маркетингова техніка, що використовується для підвищення впізнаваності бренду, стимулювання продажів, суть якої полягає в залученні індивідуума до передачі рекламного повідомлення іншим. У вірусному маркетингу поширювачами рекламної інформації є самі ж її отримувачі. Для їх залучення здійснюють «посів» — вкидають певне повідомлення (меседж): текст, чутку, відео, зображення, флеш-гру, електронну книгу, програму тощо, яке викликає довіру споживачів. Клієнт, котрий підхоплює такий меседж, передає його кільком своїм знайомим, а ті — своїм. Значну ефективність здійснення вірусного маркетингу має в соціальних мережах.

Див. також: **Вірусний контент**.

Внутрішньолітерний проміжок — замкнений простір у деяких символах, приміром «о», «а», «р»; дорівнює площі, яку займає «повітря» всередині літери. Його розмір залежить від кегля: більший шрифт здається стиснутим при однаковому значенні апрошу.

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

Див. також: **Архітектоніка видання, Композиція видання, Зовнішня форма видання, Форма видання**.

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

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

Гарнітура (нім. Garnitur — комплект, набір) — комплект шрифтів різних розмірів, накреслень і щільності, але однакових за характером малюнка. Кожна гарнітура шрифтів має певну назву — історично сформовану (Літературна, Звичайна, Академічна й ін.), таку, що характеризує призначення шрифту (наприклад, Журнальна рубана) чи названу прізвищем художника — автора шрифту (наприклад, Банниковська гарнітура, гарнітура Кузаняна, гарнітура Телінгатера й ін.). Гарнітури

об'єднуються в сімейства — серії шрифтів, схожих за малюнком, але відмінних в окремих елементах: нахилу, насиченості, щільності. Типова гарнітура має пряме світле, пряме напівжирне, курсивне світле та курсивне напівжирне накреслення.

Див. також: **Кегель, Пункт.**

Гвинтова симетрія — один із видів симетрії. Гвинтова симетрія досягається внаслідок обертового руху лінії чи площини навколо нерухомої осі з постійною кутковою швидкістю та одночасного поступального руху вздовж осі. Наприклад, спіраль, розташування квітів на стебліні лілії, кручені сходи. Гвинтова симетрія завжди має об'ємний вигляд, привертає увагу глибиною. Такий прийом застосовується, коли необхідно чергувати різномірну інформацію, наприклад, фотографії і текст.

Див. також: **Дзеркальна симетрія, Симетрія.**

Геоконтекстна реклама (англ. Location-based Advertising, LBA) — вид реклами, заснований на демонстрації рекламних повідомлень у спеціальних програмах мобільних телефонів і на сайтах (передовсім веб-картах) з урахуванням точного поточного місцезнаходження користувача та географії його інтересів.

Геометричний центр — поділ композиції навпіл по горизонталі та вертикалі. Точка перетину ї є геометричним центром.

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

Див. також: **Гіперпосилання.**

Гіперпосилання (англ. Hyperlink) — активний (виділений кольором чи підкресленням) текст, зображення чи кнопка на веб-сторінці, що внаслідок натиснення (власне активізацію) уможливорює перехід на іншу сторінку чи іншу частину поточної сторінки. Наприклад, якщо активізувати гіперпосилання на відеокліп, то його можна тут же переглянути, за умови, що в системі встановлена відповідна програма. *Синонім*: гіперлінк.

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

Див. також: **Гіперпосилання.**

Глибина кольору — кількість біт, що використовується при кодуванні кольору пікселя растрової графіки або відеозображення. Якщо для передачі зображення використовується тільки два кольори — чорний і білий, то на кожен піксель такого зображення приділяється один біт, за допомогою якого можна закодувати тільки два стани — чорний і білий, штрих і проміжок.

Глибинна композиція акцентує реалістичність простору, дає виражену перспективу, продовження в глибину: чим «м'якший» загальний малюнок, тим більш відчутна перспектива. Відчуття глибини в кадрі залежить від різниці світла (градації освітленості між першим, наступними планами і тлом) та оптичного кута об'єктива. Світлом вибудовується глибинна перспектива кадру: поступове згущення темряви підкреслює довжину будь-якого протяжного простору (печери, коридору тощо).

Спеціально збудувавши світлом таку перспективу, можна збільшити глибину й невеликої кімнати.

Див. також: **Види композиції, Відкрита композиція, Закрита композиція, Композиція видання.**

Гратуал (від лат. *gratulatio* — виявлення радості, радість) — психологічне переживання віртуальної реальності, а саме відчуття її як реальності більш високого рівня. Ознаки гратуалу: зміненість статусу реальності та особистості, свідомості і волі, відсутність звикання, спонтанність сприйняття тощо.

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

Графічний дизайн (англ. *Graphic Design*) — вид дизайну, що займається створенням гармонійного та ефективного візуально-комунікативного середовища.

Ціль даної художньо-проектної діяльності — наочне представлення інформації, призначеної для масового розповсюдження засобами поліграфії, кіно, телебачення, а також створення графічних елементів предметного середовища та виробів, а основний засіб — графіка. У сферу графічного дизайну потрапляє оформлення та структурування контенту в різноманітних інформаційних продуктах (книгах, журналах, газетах, інтернет-сторінках), рекламі (постерах, листівках, бігбордах), веб-дизайн, розробка патернів для тканин і шпалер тощо.

Графічний дизайн, порівняно з іншими візуальними мистецтвами, є найбільш соціальним і мобільним, оскільки візуалізує медійну інформацію.

Див. також: **Дизайн.**

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

Дзеркальна симетрія — один із видів симетрії. Дзеркальна симетрія полягає в тому, що дві частини фігури розташовані одна відносно іншої, як предмет і відображення в дзеркалі. Уявна площина, яка розділяє такі дзеркально рівні частини, називається площиною симетрії. Дзеркальна симетрія буває: площинною (лист рослини) та об'ємною (дерево). Вона надає композиції стійкості, непорушності.

Див. також: **Симетрія.**

Дигіталізація (англ. *digitalisation*) — переведення інформації будь-якого виду (текстової, графічної, аудіальної, візуальної, аудіовізуальної та ін.) у цифровий формат, зрозумілий сучасним комп'ютерам, портативним цифровим пристроям; комп'ютеризація всіх процесів передавання, зберігання та опрацювання даних із використанням для цього бінарного коду. Дигіталізація здійснюється за допомогою спеціальних програм і пристроїв. Вона є основою для конвергенції медіа, адже дозволяє легко «транспортувати» зміст того чи іншого ЗМІ по будь-якому каналу електронної комунікації. *Синоніми:* оцифровування, оцифрування, оцифровка, цифровізація.

Див. також: **Конвергенція ЗМІ.**

Дизайн (англ. *Design* — малюнок, візерунок, креслення, проект, конструкція, задум, план) — вид творчої діяльності, пов'язаний із проектуванням предметного світу та наданням виробам формальних якостей. Йдеться про розробку зовнішніх рис виробу, головним чином, про ті структурні та функціональні взаємозв'язки, що перетворюють його в єдине ціле. Дизайн є системою, що має три складники: науковий дизайн (технічна естетика), художнє проектування, художнє конструювання. Призначення дизайну — поліпшення споживчих властивостей

продукції. У видавничій справі він здійснюється на основі дизайн-концепції та розробленої в її межах моделі видання, неухильного дотримання редакційного стилю. У виданні дизайн проявляється у зручності читання, систематизації матеріалів для поліпшення орієнтації в змістовому наповненні, системі рубрикації, швидкому знаходженні головного. *Синоніми*: оформлення, художнє конструювання.

Див. також: **Веб-дизайн, Графічний дизайн, Дизайн-концепція.**

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

Див. також: **Дизайн, Концепція електронного видання.**

Дисиметрія (від грец. *συμμετρία* — співмірність) — часткове порушення симетрії, коли порушена точна подоба відображуваного елемента, але залишається симетричність форми в цілому. У природі не існує абсолютної симетрії: обличчя людини, листя дерева, квітка симетричні загалом, але нескінченно різноманітні в деталях. У дисиметрії елементи врівноважуються за масою, тоном, кольором, формою.

Див. також: **Симетрія.**

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

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

Діалогові вікна поділяються на модальні та немодальні, залежно від того, чи блокують вони можливість взаємодії користувача з додатком (або системою в цілому) доти, доки він не надасть відповідь. Найпростіший тип діалогового вікна — вікно повідомлення, яке виводить інформацію й вимагає від користувача підтвердити, що вона прочитана. Для цього, зазвичай, треба натиснути кнопку «Ок». Вікно повідомлення призначене для інформування користувача про завершення виконаної дії, виведення повідомлення про помилку та подібних ситуацій, які не потребують від користувача будь-якого вибору. Незважаючи на те, що використання вікна повідомлення — поширений шаблон проектування, експерти з юзабіліті критикують його як неефективне рішення до поставленого завдання (захисту від помилкових дій користувача).

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

Див. також: **Веб-сторінка.**

Домен — група хостів, об'єднана за певною ознакою; має коротке символічне ім'я. У межах домену один чи більше комп'ютерів є серверами; контроль за безпекою здійснюється адміністратором мережі, завдяки чому зміни застосовуються автоматично до всіх комп'ютерів. Кількість комп'ютерів може сягати сотень або тисяч, причому вони можуть входити до різних локальних мереж.

Див. також: **Доменне ім'я.**

Доменне ім'я (англ. *Domain Name*) — унікальний набір символів (букв / цифр), який дозволяє ідентифікувати інтернет-ресурс із сервером (зокрема з його IP-адресою), на якому він розташований. Із погляду хостингу, доменне ім'я — унікальна адреса, за

допомогою якої будь-який користувач мережі Інтернет може знайти певний ресурс в Інтернеті. Доменні імена, як правило, складаються з двох і більше частин, розділених крапками. Зазвичай, доменне ім'я (його ліва частина) збігається з назвою організації, компанії тощо. При цьому ліва частина доменного імені відповідає кінцевому вузлу Мережі. А права є більш загальною — визначає країну, область, регіон. Так, адреса www.journ.univ.kiev.ua вказує на комп'ютер з ім'ям WWW, розташований в домені univ.kiev.ua, субдомени journ.univ.kiev.ua. Поширені закінчення доменних імен: ua — Україна; ru — Російська Федерація; com — комерційний; net — підприємство; org — некомерційна організація; gov — урядова структура; edu — навчальний заклад. Від зрозумілості доменного імені залежить успішність пошуку ресурсу.

Див. також: **Домен**.

Доповнена реальність (англ. Augmented Reality, AR) — новий спосіб отримання доступу до даних; технологія, що дозволяє накладати інформацію поверх зображення реального світу: реальні об'єкти інтегруються у віртуальне середовище. Термін описує інтерактивні проекти, спрямовані на розширення реальності будь-якими віртуальними елементами. Практики доповненої реальності: Semapedia, ARTag, Layar, ARGET, Espresso Mania, AlterGeo, Oricrafter тощо.

Дорвей (англ. Doorway — вхідні двері) — прийом т. зв. «чорної оптимізації», суть якого — в прихованому гіперпосиланні.

Доступ до Інтернету — засоби і технології, за допомогою яких користувачі з'єднуються з Інтернетом. Особливості підключення до Інтернету зумовлюють швидкість передачі даних. Найпоширеніші способи підключення до Інтернету — віддалене підключення (за допомогою телефонної лінії) та широкосмугове підключення (кабельне або DSL). Залежно від тривалості користування Інтернетом, розрізняють сеансовий і постійний види доступу; зрозуміло, більш зручним для користувача є другий, що передбачає наявність виділеної лінії. За даними соціологічних досліджень, доступ до Інтернету мають понад 30 % дорослого населення України (старші 18 років), або 11,5 млн. осіб.

Див. також: **Доступ до інформації, Локальна мережа**.

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

За даними компанії iVox, від 50 % до 70 % українських медіаспоживачів називають Інтернет своїм основним джерелом інформації. Існують три основні способи пошуку інформації в Інтернеті: зазначення адреси сторінки, пересування по гіперпосиланнях, звернення до пошукової системи (пошукового сервера).

Див. також: **Доступ до Інтернету, Пошукова система**.

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

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

На початку 1990-х рр. домінували текстові сайти, на яких матеріали подавалися в одну колонку, шляхом посилань вони поєднувалися в добірки. Сторінки використовували тільки HTML. У середині 1990-х рр. розвинулися сайти «на таблицях», що дозволило будувати багатоклонкові композиції сторінок. З'явилися біжучий рядок та анімований текст. Запрацювали лічильники відвідувачів сайтів. Кінець 1990-х прикметний появою flash-технології і PHP3 — нової мови програмування.

У першій половині 2000-х набули популярності каскадні таблиці стилів (CSS), які дозволили відокремити контент від дизайну сайту. Відбувся злет технології JavaScript, що призвело до втрати популярності табличної верстки. Відбулися зміни в підходах до навігації: поширеність випадних меню, підказки у формах введення, переміщення елементів навігації у верхню частину сайту. Користувачі здобули можливість створювати власний контент: щоденники, профілі, фотоальбоми.

У середині 2000-х розвинулася семантична павутина — проектування, що дає можливість машині «розуміти» сторінки та надавати відповіді на запити користувачів, для чого використовуються мета-дані для сторінок і гіперпосилання для зв'язку сторінок між собою.

У кінці 2000-х прийшло покоління Веб 2.0 — веб-дизайн зосередився на забезпеченні інтерактивності контенту і веб-додатках. Доступ до Інтернету через мобільні пристрої перевищив доступ через настільні комп'ютери, що викликало необхідність розробки відповідних версій сайтів — таких, що враховують формати смартфонів, планшетів, включають лише головні елементи й розділи, мають мінімум навігації.

Див. також: **Веб-дизайн**.

Едютейнмент (англ. Edutainment — від слів education (освіта) і entertainment (розвага)) — новий формат передачі знань, який поєднує власне освітні й розважальні елементи. Йдеться про контент і стиль пізнавально-розважальних сайтів (порталів), пізнавально-розважальних програм (ігор), пізнавально-розважальних шоу, інтелектуальних шоу. Наприклад: комп'ютерні навчальні ігри, інтерактивні ігрові енциклопедії, телевізійні лекції (зокрема, на російському телеканалі «Дощ»), інтелектуальні телешоу, на кшталт «Що? Де? Коли?», «Найрозумніший», «Своя гра», «Поле чудес» (також аналогічна комп'ютерна гра), «Вивчимо англійську за 16 годин» та ін.

Див. також: **Інфотейнмент**.

Екранний колір — колір, що постає на екрані монітора при використанні RGB-колірної системи (заснована на поєднанні трьох кольорів — червоного, зеленого та синього). Більшість пристроїв мають невелике колірне охоплення, до того ж ці охоплення не збігаються. Наприклад, неможливо отримати на екрані монітора такий блакитний колір, як на офсетному відбитку, і не отримаємо в СМΥК-офсеті такого глибокого синього, який бачимо на моніторі. Подібні приклади тим ймовірніші, чим нижча якість друкування або якість монітора. Формат RGB виробляє яскраві кольори, причому різні монітори мають різну екранну роздільну здатність, що може вплинути на відображення кольорів.

Кольори RGB є складними для передавання в інших колірних моделях (передовсім це стосується відтінків зеленого). При перетворенні в СМΥК вони набувають

бруднуватого і тьмяного кольору, багато з них взагалі не мають Pantone-еквіваленту, що унеможлиблює коректне кольоропередавання.

Див. також: **RGB**.

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

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

Електронне видання — електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості й призначений для розповсюдження. Розрізняють статичні (незмінні) та динамічні (змінні) електронні видання. Динамічні електронні видання мають високий рівень інтерактивності і можуть наповнюватися читачами видання. Електронне видання може бути виконане на будь-якому електронному носії — магнітному (жорсткий диск), оптичному (CD-ROM, DVD, CD-R, CD-I, CD+ і ін.), а також опубліковане в електронній комп'ютерній мережі. Електронні видання розповсюджуються в будь-якому текстовому або іншому форматі, наприклад у гіпертекстовому (HTML) або одному з форматів архівації (ZIP, ARJ, RAR, WINZIP тощо). Вітчизняні електронні видання регламентує ДСТУ 7157:2010 «Інформація та документація. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості». *Синоніми*: веб-сайт.

Див. також: **Концепція електронного видання, Культура електронного видання, Типологія електронних видань.**

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

Ергономіка електронного видання — наука, що вивчає діяльність людини або групи людей за умов сучасного виробництва, побуту, дозвілля з метою оптимізації знарядь праці, побутових товарів, умов праці. Із погляду ергономіки в дизайні електронних видань принциповою є майстерність розробників, що виявляється в створенні дружнього інтерфейсу, високій якості аудіовізуальних компонентів та ін.

Етика інтернет-журналіста — професійне відгалуження мережевої етики, а водночас розділ професійної етики журналіста, що забезпечує регулювання та саморегулювання фахової діяльності інтернет-журналістів.

Етика інтернет-журналіста базується на загальних принципах, нормах, аналітичних прийомах журналістики й водночас має специфічні положення, що стосуються інших професіоналів (авторів програм, адміністраторів та ін.).

21 серпня 2005 р. провідні українські інтернет-видання «Українська правда», ProUA, UAToday, «Главред», «Обком», «Телекритика» виступили з ініціативою «Чистий Інтернет», метою якої є створення мережевої етики, і визначили її засаду — відповідальність за оприлюднену інформацію в Інтернеті. Учасники сформулювали такі правила: відсутність у сайту накрутки рейтингу; відсутність на сайті фотогалерей, а також проектів розважального характеру, на кшталт: онлайн-ігр, анекдотів, блоків новин розважального характеру. Учасники зобов'язалися: при використанні інформації інших сайтів, посилатись на них, використовуючи гіперлінк; не використовувати псевдобанерну рекламу (банер сайту повинен відповідати конкретній інформації); відповідати за достовірність текстів, які вони розміщують на своїх сторінках; готові в будь-який момент надати всю інформацію про свою статистику іншій стороні. Згодом цю ініціативу підтримали й інші інтернет-видання.

Живий журнал — див. **ЖЖ**.

ЖЖ (англ. LJ) — скорочена назва сервісу LiveJournal (Живий журнал), призначеного для ведення особистих блогів (щоденників). Терміном ЖЖ зазвичай позначають або окремих блог, або всю сукупність Livejournal-блогів.

Заголовковий комплекс інтернет-публікації — сукупність елементів та графічних засобів, які стисло розкривають зміст матеріалу. До елементів заголовкового комплексу належать: шапка, заголовок, підзаголовок, рубрика, лід, вріз, епіграф, текстівка. Заголовки публікацій інтернет-видань зазвичай є гіперпосиланнями, звертання до яких дозволяє відкрити файл із даним матеріалом. Розрізняють такі види заголовків інтернет-публікацій: заголовки-теми (лаконічно повідомляють факт, суть новини); заголовки-питання (сформульовані як запитальні речення); заголовки-приписки (доповнення до коментарів експертів).

Закрита композиція — композиція, в якій силові лінії спрямовані до центру. Її особливість — наявність берегів на сторінці або чіткий зовнішній контур. При розгляді елементів такої композиції погляд рухається по колу, квадрату, прямокутнику, зазвичай з урахуванням симетрії. Також спостерігається збільшення складності побудови в центрі простору сторінки. Закрита композиція використовується для передавання ідеї непохитності, сталості. *Синоніми*: замкнена композиція.

Див. також: **Види композиції, Відкрита композиція, Глибинна композиція, Композиція видання.**

Заплечики — вільні ділянки над та під малими літерами, завдяки яким сусідні рядки не зливаються.

Засічки — горизонтальні та вертикальні поперечні штрихи, що підкреслюють верхню та нижню межі літери.

Засічки використовуються для того, щоб рядки дрібного тексту візуально шикувалися в лінії й увага читача не розсіювалася при читанні такого тексту. Це головна ознака, за якою всі шрифти поділяються на дві групи: із засічками і без них (англ. serif; sans serif). Наявність або відсутність засічок — один із факторів, які беруть до уваги, обираючи шрифт. Як правило, у газетах і книгах застосовуються шрифти із засічками, принаймні, в основному тексті. Веб-сайти можуть не визначати шрифт і використовувати для користувача налаштування браузера. Але ті з них, які задають шрифт, зазвичай, застосовують шрифти без засічок, тому що на комп'ютерних екранах з низькою роздільною здатністю форма засічки погано відтворюється.

Зворотний зв'язок (англ. Feedback) — додатковий інформаційний канал, спрямований від отримувача до джерела, завдяки якому комунікація набуває діалогічного характеру. Мета зворотного зв'язку — здобути знання про те, як відбувається процес прийому інформації одержувачем, перевірити, чи збігається відгук на повідомлення з очікуваною реакцією. Одержання зворотного зв'язку продовжує діалог, розвиває дискурс.

Див. також: **Інтерактивність.**

Знак охорони авторського права (англ. Copyright) — символ, який засвідчує охорону об'єкта авторським правом. Застосовується власником виключних авторських прав для сповіщення про свої права. Знак охорони авторського права розміщується на кожному примірнику твору та складається з трьох елементів: латинської літери «с» у колі — ©, імені автора (власника авторських прав) та року першого опублікування (оприлюднення) твору. Наприклад: © Інтер, 2012. *Синоніми*: копірайт.

Зображальні елементи (зображення) — результат графічного статичного відтворення виду, форми і кольору реального чи уявного об'єкта. Їх отримують, використовуючи

спеціальні пристрої (фотокамеру, сканер), або виключно за допомогою вмінь (малювання). Вони можуть бути як елементом композиції видання чи веб-ресурсу, складовою оформлення, підсистемою, так й окремою публікацією, самостійним інформаційним повідомленням, і нести при цьому самостійне смислове навантаження. У графічному дизайні оперують зображальними елементами трьох видів: тоновими (фотографії, малюнки), штриховими (креслення, малюнки однакової тонової насиченості), інфографікою (поєднання тексту та графіки в єдиній візуальній формі). *Синоніми*: зображення.

Див. також: **Інфографіка**.

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

Див. також: **Архітектоніка видання, Композиція видання, Внутрішня форма видання, Форма видання**.

Індекс відповідності — див. **Афініті-індекс**.

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

Див. також: **Інтерактивність, Гіпермедіа**.

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

Див. також: **Інтерактивність**.

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

Інтерактивність (від англ. *interactive* — взаємодіючий) — 1) здатність користувача впливати на систему зв'язку, а також спілкуватися з іншими користувачами за допомогою цієї системи; а також здатність системи до комунікації із споживачами; 2) ступінь взаємодії між об'єктами, діалогічності комунікації. Інтерактивні відносини найвиразніше виявляються в мобільному зв'язку, інтернет-виданнях, соціальних мережах тощо, де учасники комунікації мають змогу координувати та контролювати взаємини, підвищувати їхню ефективність.

Див. також: **Зворотний зв'язок, Інтерактивні медіа**.

Інтерліньяж — відстань між базовими лініями сусідніх рядків; вимірюється в пунктах і складається з кегля шрифту та відстані між рядками. Якщо в тексті змінити інтерліньяж, базова лінія рядка змінить своє положення — і текст зсунеться по вертикалі, на що слід зважати при зміні параметрів тексту.

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

його складу входять мережі урядових закладів, наукових лабораторій, інститутів та університетів, підприємств і організацій.

Основними складниками Інтернету є його апаратні, програмні та інформаційні ресурси. Апаратні ресурси Інтернету — це т. зв. опорні мережі, до яких підключені сервіс-провайдери. Підключаючись до Інтернету, користувач використовує апаратні ресурси того комп'ютера, який забезпечує це підключення (зокрема його оперативну пам'ять), а також фізичні ресурси ліній зв'язку, по яких проходять сигнали. Програмні ресурси Інтернету — це тисячі програм, що функціонують у складі мережевого обладнання. Через них проходять запити користувачів до постачальників інформації. Інформаційні ресурси Інтернету — це документи, що зберігаються на комп'ютерах Мережі: тексти, зображення, аудіо- та відеозаписи. *Синоніми*: Всесвітня мережа, Мережа.

Див. також: **Інтернет-провайдер, Комп'ютерна мережа, Сервер.**

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

Див. також: **Банер.**

Інтернет-видання — 1) електронне видання, що виходить в Інтернеті, регулярно оновлюваний веб-сайт із певною концепцією; 2) вид електронних видань, що має певні типологічні характеристики. В Україні такі видання з'явилися у кінці 1990 — на початку 2000-х рр. Нині ці видання, передовсім інтернет-газети, набувають усе більшої популярності; серед них «Українська правда» (<http://www.pravda.com.ua/>), «Корреспондент» (<http://korrespondent.net/>), «Телекритика» (<http://www.telekritika.ua/>) та ін. Найважливішими рисами інтернет-видань є оперативність (інформація оновлюється в постійному режимі протягом дня), мультимедійність (синтез текстової, звукової, візуальної інформації), інтерактивність (діалог і взаємодія з користувачем). *Синоніми*: мережеве видання.

Див. також: **Концепція електронного видання.**

Інтернет-провайдер (від англ. Internet Service Provider, ISP) — організація, що має постійний вихід у мережу Інтернет і надає доступ іншим організаціям та окремим користувачам. Багато інтернет-провайдерів пропонують додаткові послуги: облікові записи електронної пошти, веб-браузери, місце для створення веб-сайту. Система провайдерів працює за ієрархічним принципом. Місцевий провайдер підключений до вищого — регіонального, той, у свою чергу, підключений до мережі національного масштабу, що має вузли в кількох містах країни. Національні мережі одержують доступ до глобальної, підключаючись до міжнародних провайдерів, які забезпечують доступ до мереж, що входять у світову магістральну інфраструктуру. *Синоніми*: провайдер послуг Інтернету.

Див. також: **Доступ до Інтернету.**

Інтернет-псевдонім — див. **Нікнейм.**

Інтернет-реклама — рекламна діяльність, що полягає у представленні та просуванні товарів, послуг в Інтернеті; спрямована на масового споживача і має характер переконування. Інтернет-реклама в Україні і світі швидко розвивається, адже її вартість нижча, порівняно з традиційними аналогами (друкованою, зовнішньою), а ефективність — вища завдяки більшій зорієнтованості на цільову аудиторію. Проведення рекламних кампаній в Інтернеті доцільне на веб-сайтах, що добре себе зарекомендували. В Україні найбільш популярними системами контекстної інтернет-реклами є GoogleAdWords, Yandex.Direct, МетаКонтекст, Бегун.

Див. також: **Банерна інтернет-реклама.**

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

Див. також: **Блогосфера, Нетикет.**

Інтернет-телебачення — сервіс потокової трансляції телеканалів за допомогою технології багатоадресної передачі інформації в інтернет-мережу. Інтернет-телебачення нині активно розвивається, стає якіснішим. Порівняно з кабельним, супутниковим, ефірним мовленням, віртуальний формат дешевший, з огляду на вартість обладнання. Для прийому сигналу користувачеві потрібно мати комп'ютер (ноутбук), високошвидкісний доступ до Інтернету, встановити програвач.

Див. також: **Мультимедіа.**

Інтертекстуальність — тенденція різних медійних текстів до різнорівневих та різножанрових взаємопосилань, а також міжтекстових і міжжанрових значущих зв'язків. У сучасній медіакulturі інтертекстуальність має численні прояви: запозичення і переробка тем і сюжетів, явне та приховане цитування, переклад, плагіат, алюзія, парафраза, наслідування, пародія, інсценізація, екранізація, використання епіграфів, ремінісценція та ін. Розуміння «пластів» інтертекстуального медіатексту великою мірою залежить від досвіду і підготовки споживача, на що слід зважати при оперуванні відповідними прийомами.

Див. також: **Інтеграція комунікаційних середовищ.**

Інтранет (англ. Intranet) — внутрішня корпоративна мережа, по суті, міні-Інтернет. Йдеться про сайт або портал, призначений для систематизації, зберігання та обробки внутрішньої корпоративної інформації. Він доступний тільки в рамках локальної мережі компанії, включно з її віддаленими філіалами. Такий ресурс невидимий для пошукових систем і потребує авторизації при вході. *Синоніми:* інтрамережа.

Див. також: **Комп'ютерна мережа, Локальна мережа.**

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

Розрізняють такі види інфографіки: діаграми, графіки, карти, таблиці, умовні знаки, зображення з перебільшеними деталями, комбіновані зображення (картодіаграма, сполучення фотографії і креслення).

Див. також: **Зображальні елементи.**

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

Інформаційна безпека комп'ютерних систем — стан захищеності потреб в інформації особи, суспільства й держави, при якому забезпечується їхнє існування та

прогресивний розвиток незалежно від наявності внутрішніх і зовнішніх інформаційних загроз. Серед таких загроз — шпигунство, крадіжки інформації із комерційних та урядових комп'ютерних мереж, атаки на сервери, що спричиняють збої в роботі, витоки або втрату даних та інші форми кіберзлочинності. Основними джерелами небезпеки в Інтернеті є хакери, віруси, програми-шпигуни, спам тощо. Задля інформаційної безпеки передовсім слід підтримувати програмне забезпечення в актуальному стані: операційна система і програмне забезпечення, особливо програмне забезпечення, яке підключається до Інтернету, повинні бути найновішими. Засобами для цього можуть бути програми розробників основних програм або сторонні додатки (брандмауер, антивірусне програмне забезпечення, надбудови безпеки або додатки браузера). Також слід уважно працювати з електронною поштою, наприклад, не відкривати EXE-файли від невідомих адресатів, не відповідати на листи від PayPal чи Google, в якому просять ім'я користувача, пароль і дані кредитної картки тощо.

Див. також: **Комп'ютерний вірус, Програма-шпигун, Спам, Хакер.**

Інформаційний потік — система продукування й поширення повідомлень, які характеризуються певними спільними ознаками. Інформаційний потік є стабільним рухом даних, спрямованим від джерела інформації до отримувача, визначений функціональними зв'язками між ними.

Однією з властивостей інформаційного потоку є дискретність, що означає його роздільність на окремі повідомлення, які продукуються з певною середньою швидкістю. Так, виокремлюють тематичний інформаційний потік — наявний у певному інформаційному просторі потік повідомлень, що мають спільну тематику. Крім цього, існують інформаційні потоки певних медіа — монотематичні або політематичні інформаційні потоки, що продукуються одним комунікатором або групою комунікаторів, спрямовані на єдину аудиторію і, зазвичай, містять повідомлення з єдиною стилістикою. Інформаційний потік можна аналізувати в трьох аспектах: синтаксичному, семантичному й прагматичному. *Синоніми:* інформпотік, інфопотік.

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

Інформація (франц. Information, informo — надаю форму, створюю уявлення про щось, зображаю) — повідомлення про факти, події, явища; відомості про когось або щось. Якісна інформація характеризується актуальністю, новизною, правдивістю, лаконічністю, систематизованим та неупередженим добором фактів, представленням різних поглядів на них. Така інформація дає можливість реципієнту орієнтуватися в галузях реальності, аргументовано формувати свої переконання, приймати рішення, діяти. Відповідно до Закону України «Про інформацію», за змістом вона поділяється на такі види: інформація про фізичну особу; довідково-енциклопедичного характеру; про стан довкілля (екологічна інформація); про товар (роботу, послугу); науково-технічна; податкова; правова; статистична; соціологічна; інші види інформації.

Див. також: **Доступ до інформації.**

Інфотейнмент (англ. Infotainment — від information (інформація) і entertainment (розвага)) — спосіб подачі інформації в розважальній формі або з відтінком розважальності. Новини та аналіз подій презентуються у цьому разі в максимально полегшеній для сприйняття формі. За такого підходу висвітлення важливих подій уподібнюється світській хроніці, навіть політика постає як сфера масової культури (поп-культури). Зразками інфотейнменту є випуски новин на деяких каналах,

інтернет-видання «Обком», авторські телепроекти Л. Парфьонова «Намедни», «Живий Пушкін», «Російська імперія» та ін.

Існує думка, що інфотейнмент — один із шляхів підвищення популярності інформаційних програм, ледь не вершина журналістської майстерності, потребує великих людських і технічних ресурсів. Водночас зазнає гострої критики, адже кредо інфотейнменту — «інформуючи, розважай» — має загрозу перетворюватися на принцип «розважаючи, не інформуй», що може призвести до порушення професійних стандартів. *Синоніми*: таблоїдизація, попсовізація (напр.: таблоїдизація преси, новин; попсовізація повідомлень тощо).

Див. також: **Едютейнмент**.

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

Кабельне телебачення — здійснюється, на відміну від традиційного ефірного мовлення, не через обмежений спектр частот, а по кабельних каналах, пропускна здатність яких може включати в десятки разів більше каналів, ніж традиційне ефірне ТБ.

Див. також: **ТБ-тюнер**.

Капітель — великі літери шрифту, лінія висоти яких розташована на рівні малих літер (x-висота). Якщо у гарнітурі капітельні літери відсутні, їх можна сформувати шляхом зменшення висоти на 80 % і збільшення ширини до 105-110 %.

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

Див. також: **RSS, Плейлист, Подкаст, Профайлінг**.

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

Див. також: **Система рубрикації**.

Кегель (нім. Kegel) — відстань між верхньою і нижньою шрифтовими лініями, тобто між найвищою точкою верхнього виносного елемента таких літер, як «б», «д», «й» та найнижчою точкою літери з нижнім виносним елементом, таких як «р», «у», «ф». Кегель задає не власне розмір букв, а висоту текстового рядка і вимірюється в пунктах.

Див. також: **Гарнітура, Пункт**.

Кегельний майданчик — площа, яку займають усі елементи літери в сукупності. Кожному символу виділяється ділянка (кегельний майданчик), пропорційна його ширині. Ширина символу в різних шрифтах одного розміру може істотно відрізнятися. Так, ширина літери «ш» значно більша, ніж літери «і». Ширина знаків певної гарнітури визначається найширшою літерою. Для латинського алфавіту це літера «m», звідси і назва — Em-Square (кегельний майданчик), для українського — «ю» або «щ». Так, при використанні шрифту 12 кегля розмір кожної сторони вічка літери «щ» дорівнює 12 п. Відповідно до ширини літер, розрізняють пропорційні та моноширинні шрифти. Пропорційним є шрифт, літери якого мають різну ширину символів (наприклад, «м» ширше «і», а «щ» ширше «а»), а моноширинним — з літерами однакової ширини (як у друкарській машинці). Найбільша відмінність між металевим та комп'ютерним

складанням полягає саме в кегельному майданчику, оскільки програми комп'ютерної верстки дають можливість перекривати кегельні майданчики сусідніх літер, що ущільнює складання.

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

Див. також: **Сервер**.

Ключові слова — слова, що належать до предметної ділянки певного мережевого ресурсу, формують його семантичне ядро. Вони визначають релевантність сайту, оскільки саме ними послуговуються користувачі для пошуку представленої на ньому інформації. Ключові слова слід писати через кому, маленькими літерами. Обсяг не повинен перевищувати 1000 символів.

Див. також: **Релевантність; SEO-оптимізація, Теги**.

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

Колектор відеоконтенту — сайти і сервіси, що полегшують пошук потрібної телепрограми і надають доступ до інтернет-телеканалів, згрупованих за певними категоріями.

Див. також: **Відеохостинг**.

Колір — суб'єктивне відчуття, що виникає при впливі на зоровий аналізатор електромагнітної хвилі визначеної довжини. Це відчуття залежить від характеристик переломлення, відображення і поглинання світлових хвиль тих середовищ і поверхонь предметів, що знаходяться між джерелом випромінювання й оком людини, а також у полі її зору. Усі світлові промені, які розрізняє око людини, утворюють видимий спектр: червоний, оранжевий, жовтий, зелений, синій, фіолетово-синій (індіго) та фіолетовий. Кольори червоної частини спектра характеризуються найдовшою довжиною хвилі, фіолетовий — найкоротшою. У світловому промені також наявні невидимі інфрачервоні та ультрафіолетові ділянки спектра. Крім цього, око розрізняє білий та чорний кольори. Білий містить усі кольори спектра, чорний означає повну відсутність кольору. Розрізняють спектральні та неспектральні хроматичні кольори (наприклад, пурпуровий або коричневий колір), а також ахроматичні кольори (білий, сірий, чорний).

Див. також: **Велике колірне коло, Колірне коло Ісаака Ньютона, Колірне коло Менселла, Коло природних кольорів за Гете, Кольорометричне коло Іттена, Адитивні кольори**

Колірне коло Ісаака Ньютона — перша спроба підібрати гармонійні кольори за допомогою кола. Якщо сонячний промінь або білий колір пропустити через призму, то можна побачити пучок різнокольорових променів. Це відбувається внаслідок розкладання білого кольору на складові, що можна спостерігати у вигляді веселки після дощу: сонячний промінь, проходячи крізь водяну краплю, перетворюється на небі у спектр хроматичних кольорів. Відомий фізик Ньютон представив його у вигляді кола, що містить 12 відтінків. Причому всі вони можуть бути отримані з трьох основних (первинних): червоного, жовтого і синього. На колірному колі вони утворюють рівносторонній трикутник. Їх не можна отримати шляхом змішування будь-яких інших.

Див. також: **Велике колірне коло, Колір, Колірне коло Менселла, Коло природних кольорів за Гете, Кольорометричне коло Іттена**.

Колірне коло Менселла — дерево, в якому відтінки розміщуються вздовж гілок різної довжини у порядку їхньої насиченості. Розроблене у 1936 р. американським художником Альбертом Менселлом (1858–1918) коло було прийняте за стандарт

найменувань кольорів в американській промисловості, а також в роботі Міжнародної комісії з освітлення (CIE). Колірне дерево розділяється на п'ять основних тонів (ЧЖЗБФ), між якими розміщено п'ять проміжних кольорів. Покроковий поділ кола нумерується від 5 до 100. Найбільш важливим у його праці є те, що в чистому вигляді одні відтінки мають більшу насиченість, ніж інші, через що порушується гармонія при поміщенні в коло. Менселл виділив три типи гармонійних сполучень кольорових тонів: однотонні гармонії (один колірний тон різної світлоти), гармонії двох сусідніх кольорів кола (спорідненість кольорів), гармонії контрасту протилежних кольорів (за колом).

Див. також: **Велике колірне коло, Колір, Колірне коло Ісаака Ньютона, Коло природних кольорів за Гете, Кольорометричне коло Іттена.**

Колірний тон — одна з основних властивостей кольору; асоціюється з назвою кольору, яка вказує на розміщення кольору у видимому спектрі. Колірний тон характеризується певною довжиною хвилі світла. Ахроматичні кольори не мають тону і розрізняються тільки за світлотою (білий — найсвітліший, чорний — найтемніший).

Див. також: **Колір.**

Коло природних кольорів за Гете — коло, що містить кольори: червоний; червоно-жовтогарячий; жовтогарячий; жовтий; жовто-зелений; зелений; синьо-зелений; синій; синьо-фіолетовий; фіолетовий; червоно-фіолетовий. Первинні кольори представлені в ньому трикутником: червоний — синій — жовтий; змішані кольори першого порядку — перевернутим трикутником: фіолетовий — оранжевий — зелений; змішані кольори другого порядку — крапками на окружності.

Див. також: **Велике колірне коло, Колір, Колірне коло Ісаака Ньютона, Колірне коло Менселла, Кольорометричне коло Іттена.**

Кольорометричне коло Іттена — коло, в якому кольори розташовані таким чином, що діаметрально протилежні дають при змішуванні сірий колір. Цим колом зручно користуватися у живописі чи прикладних мистецтвах, коли колірна гармонія будується на основі двох, трьох, чотирьох і більше кольорів.

Див. також: **Велике колірне коло, Колір, Колірне коло Ісаака Ньютона, Коло природних кольорів за Гете, Колірне коло Менселла.**

Колумністика (від англ. column — колонка) — жанр авторських виступів на злободенні та інші теми, авторські колонки та їхній контент. Цей масив текстів асоціюється з особистістю автора і розміщується під авторськими рубриками. Колумністиці властивий «свій» погляд на факт, подію, ситуацію, соціальне явище. У західній пресі розвиток колумністики розпочався у XVIII ст. Сучасну колумністику називають місцем, де зникаються блогінг і журналістика. *Синоніми*: авторська колонка.

Див. також: **Блог; Блогосфера.**

Кольорова пляма — загальна ділянка певного кольору. Будь-яку композицію можна описати у вигляді кольорових плям. На певному тлі око виділяє плями різних кольорів. Ці плями вступають між собою у відношення: яскраво — тьмяно, темно — світло, більше — менше. Контраст площі кольорових плям залежить від пропорційного відношення сусідніх і домінуючих кольорів. Порушення рівноваги між кольоровими плямами створює напруженість між ними, наприклад, маленька пляма вимагає більше уваги до себе, виглядає яскравішою, більш динамічною.

Див. також: **Колір.**

Коментар (лат. commentaries — тлумачення) — 1) різновид аналітичної статті, який характеризується актуальністю, логічною побудовою, високим рівнем оцінних суджень, розлогими поясненнями важливих подій, явищ, використанням вагомої фактологічної бази, переконливими узагальненнями; 2) різновид замітки як

інформаційного жанру, в якому стисло й оперативно подано роз'яснення компетентної особи з приводу певної події, факту, явища; 3) додаткові приписи, що слугують тлумаченнями до будь-якого текстового матеріалу; 4) відгук до статті на блозі, який може залишити кожен його відвідувач. З погляду стилю коментар може бути публіцистичним, науковим, сатиричним. Відповідно до функціонування в медіа різних видів розрізняють: коментар у пресі, радіокоментар, телекоментар, коментар у блогосфері.

Компліментарні кольори — кольори, розміщені навпроти у колірному колі. Вони утворюють найбільш контрастні сполучення. Використання двох протилежних кольорів активізує увагу реципієнта, викликає відчуття збудженості.

Композиційний центр — елемент чи група елементів композиції, передбачена для керування увагою глядача. Саме на композиційному центрі увага глядача концентрується передовсім. При відсутності композиційного центру погляд ковзає по сторінці і переходить на іншу — більш цікаву. Завдання композиційного центру полягає не стільки в розкритті ідеї сюжету, скільки у формуванні сприйняття самої композиції. Композиційних центрів на зображенні може бути декілька, але один із них все ж повинен домінувати. Композиційний центр не обов'язково є точкою — він може займати певний простір на зображенні. Як правило, композиційний центр знаходиться трохи вище середини екрану, але може бути зміщеним яким-небудь активним елементом композиції — яскравим, великим предметом, іншим контрастним об'єктом.

Відповідно до розміщення композиційного центру і другорядних елементів, розрізняють відкриті та закриті композиції.

Див. також: **Відкрита композиція, Закрита композиція.**

Композиційно-графічна модель — зафіксована система графічних елементів, композиційних прийомів і засобів, що визначає принципи їх взаємозв'язку в межах певного об'єкта. Модель не може бути створена без зв'язку із змістом — графіка видання будується на таких елементах, прийомах і засобах, які щонайкраще виражають його зміст. В основі композиційно-графічної моделі лежать архітектонічні елементи та засоби. Ці елементи утворюють групи, комплекси, з'єднуються один з одним із дотриманням композиційних законів, прийомів та методів.

Див. також: **Коцепція електронного видання.**

Композиція видання (від лат. compositio — складання, поєднання, створення, побудова) — поєднання його елементів в єдине ціле, підпорядковане ідеї видання, художньо-образному задуму, очікуваним емоційно-чуттєвим реакціям споживача. Майстреність композиції видання — показник професійної культури дизайнера, почуття міри й стилю. Суть роботи над композицією полягає в досягненні комплексної єдності й упорядкованості шляхом використання композиційних засобів. Композиція «тримає» простір, організовує його, допомагає виділенню головного і другорядного.

Див. також: **Види композиції, Відкрита композиція, Глибинна композиція, Закрита композиція, Фронтальна композиція.**

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

Див. також: **Графіка, Графічний дизайн, Зображальні елементи.**

Комп'ютерна мережа (англ. Computer NetWork, від net — мережа і work — робота) — з'єднання кількох комп'ютерів, що надає можливість користувачам обмінюватися інформацією, мати колективний доступ до неї. Мережа може складатися як із двох,

так і з сотень (тисяч, мільйонів) комп'ютерів, з'єднаних між собою не лише проводами, але й за допомогою супутникового зв'язку. Головними ознаками комп'ютерної мережі є її пропускна здатність, інтерактивність, умови долучення до неї.

Див. також: **Інтернет, Інтранет, Локальна мережа.**

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

До комп'ютера вірус потрапляє із зараженим файлом, часто через електронну пошту. Віруси класифікують за низкою критеріїв. За об'єктами зараження: файлові (заражають файли програм), завантажувальні (записуються в завантажувальний сектор диска й активізуються при завантаженні комп'ютера). За видимістю коду: звичайні (код вірусу видний на диску), невидимі (здатні до маскування — код на диску не видно), поліморфні (модифікують свій код). За результатами зараження: безпечні (не завдають серйозної шкоди — максимум викликають перезавантаження комп'ютера чи видають певні повідомлення, візуальні ефекти, що заважають працювати) та небезпечні (призводять до втрати інформації, руйнування обчислювальної системи).

Ознаками зараження комп'ютера вірусом є зміни в продуктивності і стабільності його роботи: низька швидкість роботи комп'ютера і пошуку в Інтернеті, зміни у файлах, зменшення вільної оперативної пам'яті, помилки при завантаженні операційної системи та ін.

Ком'юніті — див. **Інтернет-спільнота.**

Конвергенція жанрів (від лат. *convergere* — наближуватися, сходитися) — взаємопроникнення та асимілювання жанрів традиційних ЗМІ, що відбувається внаслідок з'єднання різних медіаплатформ, наприклад, друкованих ЗМІ з телевізійними на базі інтернет-порталів.

Див. також: **Конвергенція ЗМІ.**

Конвергенція ЗМІ (від лат. *convergere* — наближуватися, сходитися) — процес інтеграції інформаційних і комунікаційних технологічних платформ, а також інформаційних продуктів, які вони передають.

Значення терміна найточніше передає поняття «злиття». По-перше, це злиття технологій. По-друге, злиття раніше роз'єднаних і віддалених один від одного традиційних ЗМІ (періодичної преси, радіомовлення і телебачення). По-третє, злиття ринків — створюється новий інтегрований ринок, на якому раніше конкуруючі компанії об'єднуються з метою зниження фінансових ризиків. Проте найважливішим наслідком конвергенції медіа є зміна власне інформаційного продукту: текст, графіка, звук, відео інтегруються в єдиний інформпродукт, який позначають терміном «мультимедіа».

Водночас суть і сенс конвергенції вбачається не тільки в тому, щоби створювати такий контент для різних видів ЗМІ, а й у можливості керувати цим інфопотоком із єдиного центру.

Конвергенція у медійній сфері відбувається при їх перекладі на єдину цифрову платформу. Внаслідок дигіталізації ЗМІ набувають характеристик багатоканальності, мультимедійності, інтерактивності, здатності до відбиття подій у режимі реального часу і безперервного оновлення інформаційних ресурсів. *Синоніми:* медіаінтеграція, медіаконвергенція.

Див. також: **Дигіталізація, Конвергенція жанрів.**

Конструктивізм (від лат. *construo* — складаю, звожу) — авангардистський напрям в образотворчому мистецтві, архітектурі, художньому конструюванні, літературі, фотографії, що отримав розвиток у 1920-х — на початку 1930 рр. Характеризується суворістю, геометризмом, лаконічністю форм і монолітністю зовнішнього вигляду. Митці займалися пошуком, що пов'язаний із конструкцією, кольором та лінією, прагнули поєднати мистецтво з виробництвом. Конструктивісти вважали себе радше інженерами і конструкторами, ніж художниками, і для мобілізації мас проектували плакати, рекламу, гасла.

Відомі представники українського конструктивізму — О. Екстер, А. Петрицький та ін.

Контекстна реклама (від лат. *contextus* — тісний зв'язок, з'єднання і *reclamare* — стверджувати, вигукувати, протестувати) — вид інтернет-реклами, який полягає в розміщенні текстово-графічних рекламних матеріалів поряд із результатами пошуку на сайтах або ж на партнерських веб-ресурсах пошукових систем, що надають користувачеві функцію пошуку. Водночас демонстрація тієї чи тієї рекламної інформації залежить од пошукового запиту користувача. *Синонім*: пошукова реклама.

Див. також: **Банерна інтернет-реклама, Інтернет-реклама.**

Контент (англ. *content* — вміст) — інформаційне наповнення сайту (тексти, графіка, відеоролики та ін.). За походженням контент поділяють на такі різновиди: копірайт (оригінальні статті); рерайт (переписування статей своїми словами); копіпаст (копіювання чужих статей); синонімізація (заміна слів синонімами в ручному або автоматичному режимі за допомогою програм і скриптів); переклад з інших мов (людьми або програмами-перекладачами з подальшим редагуванням); користувацький контент (коментарі користувачів, повідомлення на форумах). Обсяг контенту вимірюється в одиницях кількості інформації (мегабайтах, гігабайтах).

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

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

Див. також: **Контраст у веб-дизайні, Позиційний контекст.**

Контраст у веб-дизайні (фр. *Contraste* — різко виражена протилежність) — міра виявлення та розпізнавання об'єкта на якомусь тлі.

Розрахувати контраст можна, якщо відома яскравість об'єкта і тла, на якому знаходиться об'єкт: $C=(L_o-L_f)/L_f$, де: L_o — яскравість об'єкта; L_f — яскравість тла. Правильний розрахунок контрасту необхідний для отримання гармонійного розподілу яскравості. Це важливо, оскільки баланс яскравості суттєво впливає на сприйняття освітлюваного об'єкта. В ідеалі, контраст між освітлюваним об'єктом та його найближчим оточенням не повинен перевищувати 3, а контраст між об'єктом і загальним тлом — 10. Різкий контраст справляє неприємне враження і призводить до зорової втоми, оскільки оку доводиться постійно пристосовуватися до різних рівнів яскравості. Недостатній контраст також небажаний: у цьому випадку об'єкти

виглядають пласкими і погано розрізняються на тлі, що також призводить до зорової втоми.

Виділяють одномірний контраст (відмінність за однією категорією) та багатомірний контраст (протиставлення за кількома категоріями). Для того, щоби контраст став засобом гармонізації, потрібно скласти йому пару — тоді з'явиться можливість для порівняння, наприклад, контраст великого і малого елемента, круглого і квадратного, чорного і білого, зеленого і червоного, гладкого і шорсткого тощо. Тож, у створенні гармонійної композиції важливим є співвідношення. Контраст як фундаментальна основа веб-дизайну виконує функцію диференціації елементів: виділення найбільш значимих елементів і приглушення менш важливих. Контраст безпосередньо впливає на сприйняття. Він дозволяє розділити веб-сторінку на елементи, що залежно від контрасту будуть більш-менш помітними. Елементи з високим контрастом є найбільш значущими і сприйнятливими. Як правило, контрастними повинні бути найважливіші елементи веб-сторінки.

Див. також: **Контрастний контекст.**

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

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

Див. також: **Контент, Кросспостинг, Плагіат.**

Копірайт — див. **Знак охорони авторського права.**

Криві Безьє (фр. *Courbe de Bézier*) — форма передачі контурів зображення у векторній графіці. Були запроваджені в 1962 р. П'єром Безьє (*Pierre Bézier*) із автомобілебудівної компанії «Рено» (*Renault*) для проектування кузовів машин. Згодом знайшли широке використання у комп'ютерній графіці. Кожна лінія векторної графіки має вузли (або опорні точки в *Adobe Illustrator*). Від них відходять маркери керування кривими ліворуч і праворуч. Переміщуючи маркер, можна керувати вигином кривої. Деякі програми (зокрема, *Adobe Illustrator*) не використовують термін криві Безьє (замість нього — «шлях» (англ. *path*)). Невикривлені лінії в деяких редакторах векторної графіки називають «прямі» (англ. *line*), однак традиційно всі лінії, незалежно від того, прямі вони чи скривлені, називаються кривими (англ. *curves*).

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

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

Див. також: **Електронне видання.**

Культурна гібридизація (від лат. cultura — обробіток і лат. hybrida — суміш) — змішання, взаємопроникнення і переробка елементів різних культур у певному соціокомунікаційному контексті. Нові культурні форми постають із різних елементів, поєднуючи чужі, занесені, форми з місцевими, традиційними.

Див. також: **Інтеграція комунікаційних середовищ.**

Курсив (італ. cursive — біжить) — особливе, порівняно з прямим, накреслення, що має рукописні ознаки (нахил знаків).

Кутова перспектива — така, в якій два виміри об'ємної фігури знаходяться під кутом до площини малюнка, і тільки третій вимір залишається паралельним їй.

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

Виділяють дві головні функції ліду — інформаційну і мотивуючу. Виконуючи першу, лід розширює назву статті, зорієнтовує в її змісті. Виконуючи другу функцію, інтригує (іноді шокує), дає поштовх до ознайомлення з текстом. Статистичні підрахунки свідчать: читач за 3-5 сек. проглядає заголовок, 30-40 сек. витрачає на ознайомлення з лідом і 3-5 хв. — на текст. Тож, лід — проміжний між заголовком і текстом етап сприйняття матеріалу. Лід виділяють шрифтовим чином.

Див. також: **Система рубрикації.**

Лінія — одномірне утворення, що вказує напрям, розмір або рух. Як елемент форми лінія може застосовуватися також для зображення траєкторії або маршруту, для означення меж або розділень.

Лінкбайтинг (англ. Linkbaiting) — цілеспрямоване залучення зворотних посилань на власний викладений контент. Зазвичай якісних тематичних лінків досягають, надаючи контенту неординарного змісту.

Див. також: **Вірусний контент, Гіперпосилання.**

Лінк-ферма — 1) група веб-сайтів, що веде масовий обмін посиланнями; 2) веб-каталог або веб-сторінка, що містить велику кількість зовнішніх, часто неупорядкованих, нетематичних, посилань.

Див. також: **Гіперпосилання.**

Літера — конкретний друкований символ, незалежно від форми збереження, приміром, металевий виливок, прозора плівка, магнітна стрічка, папір чи математичний набір опису кривих в пам'яті комп'ютера (векторна графіка).

Логін і пароль — унікальна комбінація мережевих реквізитів, яка дозволяє користувачеві одержувати доступ до власного облікового запису на ресурсах Інтернету. Ці реквізити не слід розголошувати, оскільки вони дають можливість захистити підключений до Інтернету комп'ютер від несанкціонованого виходу в Мережу іншими особами. Логін і пароль застосовуються й в інших інформаційних системах: комп'ютерних іграх, базах даних, мобільних гаджетах тощо.

Логотип (грец. logos — слово, думка + typos — відбиток) — знак, що є емблемою товару (наприклад видання), проекту, організації, яка пропонує свою продукцію або послуги чи представляє їх якимось іншим чином. Логотип — обов'язкова частина брендування. Він включає фірмовий шрифт, колір, графічні елементи. Логотипи розробляються у вигляді векторної графіки. Як правило, логотип складається із чотирьох-семи літер. Приблизно чотири товарні знаки з кожних п'яти реєструються саме у формі логотипу. *Синоніми:* фірмовий знак, торговий знак, емблема.

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

здійснювати обмін інформацією. Якщо локальна мережа підключена до глобальної мережі Інтернет оптичним каналом, через DSL або через кабельний модем кабельного оператора Інтернету, то всі її користувачі мають доступ до ресурсів Інтернету на високих швидкостях.

Див. також: **Інтранет, Комп'ютерна мережа.**

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

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

Масштабність — лінійні співвідношення розмірів елементів композиції в проектуванні на площині — відносно один одного і відносно композиції загалом. Такі поняття, як високий — низький, великий — малий, товстий — тонкий, обумовлені лінійними співвідношеннями. Слід розрізняти поняття «масштаб» і «розмір»: масштаб — характеристика значимості; розмір і просторове рішення можуть виражувати масштабність. Так, дрібний об'єкт композиційно може отримати вагу, масштабність, адже він такий малий тільки поряд із великим — поряд із ще меншим він буде здаватися великим.

Див. також: **Співвідносність.**

Медіаканал — сукупність однотипних засобів і способів поширення інформації, що передбачають й однотипний тип їх сприйняття споживачами. Нині розрізняють численні медіаканали: телебачення, радіо, Інтернет, реклама і навіть окрема людина як медіаканал. *Синоніми*: медіакатегорія.

Див. також: **Медіаносій.**

Медіаносій — представник певного медіаканалу, що генерує і поширює масову інформацію, наприклад, певна газета, журнал, інтернет-видання, телеканал тощо. Важливими характеристиками медіаносія є масштаб розповсюдження (наклад), репутація тощо.

Див. також: **Медіаканал; Медіапланування.**

Медіапланування — процес формування каналів поширення реклами, що зводиться до вибору медіаносіїв для доставки рекламного повідомлення адресатові, а також оптимізації схеми розміщення реклами, з огляду на об'єктивні показники. Медіапланування включає в себе: аналіз ринку, цільової аудиторії та маркетингової ситуації; постановку цілей рекламної кампанії; визначення пріоритетних категорій; визначення оптимальних значень показників ефективності; планування етапів проекту в часі.

Див. також: **Медіаносій.**

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

Див. також: **Теги.**

Метричний порядок (метр) — прояв ритму з характерним повторенням у композиції однакових або подібних ознак при рівних інтервалах між ними. Повторення полегшує сприйняття форми, робить її більш чіткою; втім, за великої протяжності форми метричний ряд може виглядати монотонним. Прикладом метричного ряду є лінійний орнамент із простих елементів, розташування колон в античних храмах, рівномірне розташування кнопок приладів. У періодичному виданні прикладами метричного повтору є рядки текстового складання, стандартні колонки. Метр

простий для сприйняття, оскільки застосовуються пласкі елементи і рівно зафарбоване тло, щоб уникнути руху вглибину простору.

«Мистецтва та ремесла» (англ. Arts and Crafts) — рух британських художників і ремісників вікторіанської епохи (кінець XIX ст.), який виник як реакція на промислову революцію, масове виробництво. В. Морріс, поет, художник і мислитель, і його послідовники виступали за повернення ручної майстерності, зведення в ранг повноправних мистецтв таких ремесел, як книгодрукування, словолиття, паперовиробництво, гравюра. Вони вважали, що мистецтво і дизайн можуть змінити суспільний устрій, поліпшити якість життя їхніх творців і споживачів. Учасники руху спочатку надавали перевагу зовнішній простоті, лаконічності форми, рослинним та анімалістичним узорам; відтак вдавалися до більш абстрактних мотивів, нерідко зображуючи персонажі міфології.

Ідеї «Мистецтв та ремесел» стали одним із джерел формування модерну та сучасного дизайну.

Міжлітерний проміжок — див. **Апрош**.

Міжсайтовий скриптинг (від англ. Scripting Language — мова сценаріїв, скриптова мова) — тип уразливості інтерактивних інформаційних систем у Вебі, що виникає в разі потрапляння до генерованих сервером сторінок користувацьких скриптів. *Синонім*: XSS (для уникнення плутанини із CSS-каскадними таблицями стилів — Cross Site Scripting).

Див. також: **Підробка міжсайтових запитів**.

Мікроблог — блог, в якому, порівняно із звичайним, дописи набагато коротші — складаються з кількох слів чи речень, містять одне фото чи медіафайл.

Мета ведення мікроблогу — інформувати своїх друзів чи колег про події, що відбуваються в житті користувача. Служби мікроблогів фактично є соціальними мережами: вони дозволяють користувачам «стежити» одне за одним, тому на головній сторінці користувача в режимі реального часу відображаються дописи від усіх, за ким він стежить. Своєю чергою, нові його дописи відразу стають видимими іншим користувачам, які стежать за ним. Проте, на відміну від соціальних мереж, для того, щоби «стежити» за іншим користувачем, користувач не повинен підтверджувати «дружбу». Тому кількість тих, хто стежить, може відрізнитися від кількості тих, за ким стежать. Популярні мікроблогери можуть мати десятки тисяч послідовників, тоді як вони можуть стежити лише за кількома іншими учасниками. На відміну від звичайних блогів, служби мікроблогів, як правило, не передбачають можливості писати коментарі до дописів; натомість, користувач може «відповісти» на певний допис іншого користувача, написавши свій допис «у відповідь». Як правило, дописи «у відповідь» на своєму початку містять символ '@', після якого відразу пишеться ім'я користувача (нік). Також дописи у мікроблогах, як правило, не редагуються; користувач може лише видалити свої попередні дописи. *Синонім*: мініблог.

Див. також: **Блог**.

Мобільна версія сайту — адаптований варіант сайту, призначений для мобільних телефонів і смартфонів. Дозволяє переглядати будь-які мультимедійні формати, хоч і вимагає часто спеціальних версій, наприклад, інфографіки. PDA-версія відрізняється компактністю, адаптованістю під малі екрани, обмеженою кількістю композиційних елементів, що скорочує час на завантаження і перегляд сторінок. *Синоніми*: PDA-версія.

Модем (англ. Modem) — пристрій, що забезпечує взаємодію комп'ютера з лініями зв'язку, найчастіше телефонними. Він передає інформацію з комп'ютера до лінії зв'язку і

приймає звідти сигнали для передавання їх комп'ютеру. При цьому відбувається перетворення електричних сигналів: передані цифрові сигнали стають аналоговими, а прийняті аналогові — цифровими. Тож, під час передавання інформації в лінію зв'язку модем виконує модуляцію, а під час прийому — демодуляцію, що й відбито в назві пристрою. Розрізняють два основні типи модемів: окремий зовнішній пристрій, що приєднують спеціальним кабелем до послідовного порту комп'ютера або універсальної послідовної шини (USB); плата, встановлена у вільний слот (рознім) на материнській платі комп'ютера. Зовнішні модеми дорожчі — їх можна підключати до комп'ютера, не відкриваючи системного блока. Крім того, на зовнішньому модемі є індикатори, що інформують про режим його роботи.

Див. також: **Доступ до Інтернету**.

Модератор (лат. moderator — той, котрий стримує) — журналіст чи користувач, що має ширші права, порівняно з пересічними користувачами на мережевих ресурсах (чатах, форумах та ін.) і виконує функцію контролю за контентом користувачів. Модератором зазвичай обирають шанованого члена інтернет-спільноти, котрий має достатньо часу й бажання для такої роботи. *Синонім*: адміністратор.

Див. також: **Контент, Модерування**.

Модернізм (фр. modernisme — сучасний) — художньо-естетична система, яка склалася на початку ХХ ст. на хвилі неприйняття канонізованих форм реалізму й романтизму ХІХ ст., натуралістичного копіювання дійсності, безжиттєвості академізму, салонності масової художньої творчості.

Модерування (від лат. moderator — той, котрий стримує) — процес добровільного стеження за дотриманням правил форуму, соцмережі чи іншого інтерактивного середовища. Модератор повинен бути авторитетною особистістю в середовищі, яке він модерує, інакше його дії не сприйматимуться іншими учасниками спілкування.

Див. також: **Модератор, Нетикет**.

Модульор Ле Корбюзьє — розроблена французьким архітектором Ле Корбюзьє (1887–1965) система пропорціонування, оперта на принцип «золотого перетину», яка є основою більшості сучасних систем конструювання та модульних сіток. Модульор створений у 1942–1948 рр. як інструмент пропорційної побудови архітектурних форм. Нині застосовується при конструюванні друкованого аркуша, при врахуванні особливостей верстки газет, дотриманні симетричності розворотів у книзі, на етапах конструювання модуля журналу, при врахуванні особливості моделювання видань різних типів.

Модульна сітка у веб-дизайні — невидима геометрична схема розташування інформації у виданні. Використовується для збереження цілісності різних його сторінок та для спрощення процесу верстки — слугує каркасом, що визначає розміщення елементів на сторінках. Модульну сітку іноді називають шаблоном чи трафаретом, адже вона зазвичай має вигляд рівномірно розміщених горизонтальних та вертикальних ліній. Також корисна при створенні веб-сайту: забезпечує візуальну структуру для його елементів, допомагає створити типовий дизайн шаблону, досягти збалансованості сайту — оптимально розташувати текст, зображення, відео, рекламні блоки, стандартні елементи (навігаційні панелі, колонтитули тощо). Модульна сітка виконує роль логічного рішення для компоновки веб-дизайну. *Синоніми*: сітка.

Модульність — принцип, згідно з яким програмний засіб (ПЗ, програма, бібліотека, веб-додаток та ін.) поділяється на окремі іменовані суті — модулі.

Модульність часто є засобом спрощення завдання проектування ПЗ і розподілу процесу розробки ПЗ між групами розробників. При розбитті ПЗ на модулі для кожного модуля вказується реалізована їм функціональність, а також зв'язки з

іншими модулями. Роль модулів можуть грати структури даних, бібліотеки функцій, класи, сервіси та інші програмні одиниці, що реалізують деяку функціональність і мають інтерфейс до неї. Програмний код часто розбивають на декілька файлів, кожен з яких компілюється окремо від інших. Така модульність програмного коду дозволяє значно зменшити час перекомпіляції при змінах, внесених лише в невелику кількість вихідних файлів, і спрощує групову розробку. Також це можливість заміни окремих компонентів (таких як jar-файли, so або dll бібліотеки) кінцевого програмного продукту, що не вимагає перезбирання всього проекту (наприклад, розробка плагінів до вже готової програми). Стандартом написання модульних програм є об'єктно-орієнтоване програмування (ООП). ООП забезпечує найвищий ступінь модульності, порівняно з іншими парадигмами, завдяки таким властивостям, як інкапсуляція, поліморфізм і пізніше — зв'язування.

Суть модульного програмування полягає в реалізації обчислювальних процесів у вигляді окремих програмних одиниць — модулів та у звертанні до цих модулів в інших програмах із передачею даних, необхідних для обчислювального процесу. Модульне програмування дозволяє зменшити обсяг вихідних текстів програм, зробити їх більш прозорими, прискорити написання і тестування програм, зменшити витрати на супровід (експлуатацію) програм.

Мотивація інтернет-користувачів (від лат. movere — приводити в рух, штовхати) — спонукання до дії; динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, який керує поведінкою людини, визначає його спрямованість, організованість, активність і стійкість; здатність людини діяльнісно задовольняти свої потреби. Дослідження інтернет-аудиторії виявили, що користувачам найбільш притаманні такі мотивації: ділова, пізнавальна, рекреаційно-ігрова, комунікаційна, співробітництва, самореалізації, самоствердження.

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

Див. також: **Конвергенція ЗМІ, Мультимедійна стаття, Мультимедійність.**

Мультимедійна стаття — журналістський матеріал, в якому тема розкрита за допомогою різних медійних форматів (текстовому, графічному, звуковому, відео, анімаційному), що дає змогу створити об'ємну картину події. Наприклад, текст супроводжується голосовим повідомленням, анімованим роликом або ж прямою трансляцією через веб-камеру.

Див. також: **Мультимедіа, Мультимедійність.**

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

Див. також: **Мультимедіа; Мультимедійна стаття.**

Мультискрипт (англ. Interactive Video — інтерактивне відео) — формат подачі інформації, який організує навігацію по відеоматеріалах великого обсягу. Сервіс дозволяє оперативно і з високою точністю вибрати потрібний фрагмент відеозапису.

Насиченість — одна з основних властивостей кольору; інтенсивність, сила, чистота або хроматизм (відсутність чорного, білого, сірого) в кольорі, ступінь відмінності хроматичного кольору від рівного йому за світлотою ахроматичного. Яскравий колір характеризується високим (повним) ступенем насиченості, а тьмянний — зменшеною насиченістю. Насиченість характеризує яскравість кольору. У спектральних кольорів, що є результатом розкладання білого світла, колірний тон виражений дуже яскраво.

Такі кольори називають насиченими. Наприклад, синювато-сірий є ненасиченим, а темно-синій — насичений, незважаючи на освітленість.

Див. також: **Колір, Світлота.**

Нетикет (від англ. net — мережа й етикет) — правила поведінки й спілкування в Інтернеті, неформалізовані традиції і культура мережевих спільнот. Ця система неписаних правил хорошого тону має рекомендаційний характер, тобто не є суворо обов'язковою для послуговування, однак її дотримання бажане. Більшість інтернет-користувачів дотримуються нетикету, втім, є й такі, що порушують його, вдаючись до тролінгу, флейму, флуду. *Синонім*: мережевий етикет.

Див. також: **Тролінг, Флейм, Флуд.**

Неформальна рівновага — візуальна рівновага, якої можна досягнути розміщенням елементів різних розмірів, форм, колірної інтенсивності на неоднакових відстанях від оптичного центра. Так само, як на хиткій дошці, об'єкт із великою оптичною вагою поблизу центра можна врівноважити об'єктом меншого розміру, що міститься далі від центра.

Нижній виносний елемент — частина малої літери, що виступає нижче базової лінії шрифту.

Див. також: **Верхній виносний елемент.**

Нікнейм (англ. Nickname) — вигадане мережеве ім'я (псевдонім), що використовується користувачем в Інтернеті, зазвичай на ресурсах спілкування — в блогах, форумах, чатах. Основою для нікнейму може бути власне ім'я чи прізвище користувача, дата чи місце народження, імена улюблених персонажів, героїв, номени предметів, явищ, символи тощо. Зміст і стиль нікнейму часто співвіднесений з аватаром користувача. *Синоніми*: нік, інтернет-псевдонім.

Див. також: **Аватар.**

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

Див. також: **Дигіталізація, Конвергенція ЗМІ.**

Нюанс (фр. Nuance — відтінок) — відхилення, ледве помітний перехід у кольорі, формі тощо. У нюансі немає чітко виражених суперечностей — він відіграє роль відтінку, допомагаючи уникнути монотонності. Нюанс дає змогу створити цілісну зовнішню форму, для чого підсилюються або, навпаки, згладжуються розбіжності, а ознаки подібності пов'язуються в ритмічний ряд. Залежно від кількості категорій, за якими спостерігаються незначні відмінності елементів композиції, виділяють одномірний (наприклад за кольором) і багатомірний (наприклад за кольором і формою) нюанси.

Онлайн (англ. online, від англ. on line — на лінії, на зв'язку) — режим мовлення «в реальному часі», що є противагою офлайн. Наприклад, включення в обговорення проектів законів, що розглядаються, спілкування з представниками влади тощо. Нині це поняття часто асоціюється з Інтернетом, наприклад, онлайн-газета.

Див. також: **Офлайн.**

Оперативна 3D-реконструкція — відеоролик, який базується на 3D-технологіях. Зображає реально існуючий фізичний об'єкт.

Операційна система — це базовий комплекс програмного забезпечення, що виконує управління апаратним забезпеченням комп'ютера або віртуальної машини;

забезпечує керування обчислювальним процесом і організує взаємодію з користувачем.

Операційна система звичайно складається з ядра операційної системи та базового набору прикладного програмного забезпечення. Сучасні операційні системи мають складну структуру, кожний елемент якої виконує певні функції по керуванню комп'ютером, а саме: керування файловою системою (обміну файлами між пристроями), командний процесор (спеціальна програма, яка запитує в користувача команди й виконує їх), графічний інтерфейс, сервісні програми, або утиліти (дозволяють обслуговувати диски, виконувати операції з файлами, працювати в комп'ютерних мережах), довідкова система (дозволяє оперативнo одержати необхідну інформацію як про функціонування операційної системи в цілому, так і про роботу її окремих модулів). На IBM-сумісних персональних комп'ютерах використовуються операційні системи корпорації Microsoft Windows, вільно розповсюджувана операційна система Linux. На персональних комп'ютерах фірми Apple використовуються різні версії операційної системи Mac OS. На робочих станціях і серверах найбільш розповсюджені операційні системи Windows Server і UNIX.

Оптимізація під соціальні медіа (англ. Social Media Optimization, SMO) — комплекс технічних заходів, що мають на меті оптимізацію контенту інтернет-ресурсу для організації більш дієвої взаємодії із соціальними медіа, залучення відвідувачів із соціальних мереж, блогосфери, форумів тощо та формування стабільної спільноти всередині ресурсу, який оптимізують.

Див. також: **Пошукова оптимізація; Реклама в соціальних медіа.**

Оптичний центр — точка, що визначає рівновагу композиції. Знаходиться на $1/8$ вище від геометричного центру, або в точці, вирахованій за принципом «золотого перетину» ($5/8$ від нижнього краю композиції). Композиція, в якій центр симетрії збігається із геометричним центром,— статична. Якщо оптичний центр не збігається із геометричним (наприклад зображення розташоване по діагоналі), то це динамічна композиція, в якій певною мірою порушена ідеальна рівновага.

Осьова симетрія — симетричність із повтором елементів навколо осі симетрії (точки), при повороті навколо якої фігура може неодноразово поєднуватися сама із собою. Осьова симетрія характерна для центричних композицій. *Синоніми:* симетрія відносно осі.

Див. також: **Симетрія.**

Офлайн (англ. offline — не на лінії, поза мережею) — режим мовлення, за якого немає технічної можливості бути підключеним до мережі, працювати в режимі реального часу. У медіасфері цим поняттям, протилежним до «онлайн», нині позначають традиційні ЗМІ — телебачення, радіо, друковану пресу, які не працюють в мережі Інтернет, наприклад: офлайнова газета.

Див. також: **Онлайн.**

Паралельна перспектива — така, в якій два виміри об'ємної фігури паралельні площині малюнка, а третій вимір спрямований до фокальної точки, яка в цьому випадку виконує функцію точки збігу.

Див. також: **Перспектива.**

Пароль — див. **Логін і пароль.**

Первинні кольори — див. **Адитивні кольори.**

Перелінкування — система посилань всередині блогу.

Див. також: **Блог, Гіперпосилання.**

Переміщення — композиційний прийом, коли погляд, увійшовши у визначеному місці в композицію, починає, завдяки лініям та напрямкам, пересуватися від одного об'єкта до іншого, створюючи складну криву, що охоплює майже всю сторінку. Тобто увага людини спрямовується в потрібному напрямку і послідовності. *Синоніми*: рух.

Перенесення — вид симетрії, коли об'єкти розташовуються на рівній відстані вздовж прямої вісі. На принцип перенесення оперті орнаменти. При зсуві зображення за віссю на крок визначеної величини всі елементи орнаменту сполучаються один з одним. Якщо лінійний орнамент розташувати в напрямку, що перпендикулярний вісі, утворюється симетрична композиція, яка заповнює площину,— сітка. Перенесення елементів може бути через рівні проміжки (прийом композиції «метр») або нерівні («ритм»). Також переноситися можуть об'єкти різної форми, але рівної ваги (кольору), внаслідок чого досягається рівновага.

Див. також: **Симетрія**.

Персоналізація — система забезпечення користувача персонально-орієнтованим контентом, залежно від попередньо зібраної інформації про його потреби, інтереси й уподобання.

Див. також: **Кастомізація послуг, Профайлінг**.

Перспектива — прийом композиції, в якому глибина тривимірного простору передається зміною розмірів, обрисів, різкості, детальності предметів. У перспективі важливі: глибина, опорні точки, послідовність розміщення елементів. Співвідношення розмірів створює ефект глибини простору — перспективу.

Див. також: **Паралельна перспектива, Похила перспектива**.

Підписник блогу — його відвідувач, читач, який підписався на RSS-стрічку блогу, щоб регулярно отримувати оновлення. Число читачів RSS — один із найважливіших показників у визначенні авторитетності блогу.

Див. також: **Блог**.

Підробка міжсайтових запитів (англ. Cross Site Request Forgery, CSRF) — один із видів атак на відвідувачів веб-сайтів, що послуговується недоліками протоколу HTTP. Він полягає в надсиланні зловмисницьким ресурсом великої кількості запитів (часто навмисно неправильно сформульованих) від імені відвідувачів, що потрапляють на нього, на інший сервіс, унаслідок чого цей сервіс починає працювати нестабільно або стає недоступним.

Див. також: **Міжсайтовий скриптинг**.

Пінг (англ. Ping) — сповіщення про оновлення; інструмент, що дозволяє пошуковим системам швидше індексувати нові ресурси або сторінки веб-сайту. Щоразу, коли на блозі з'являється новий запис, доцільно відправити пошуковикові пінг.

Див. також: **Пінгбек**.

Пінгбек (англ. Pingback) — автоматичне сповіщення, яке підтверджує наявність зворотного посилання з іншого веб-сайту.

Див. також: **Пінг**.

Піратство — недозволене використання об'єктів інтелектуальної власності з метою отримання прибутку; опублікування, відтворення, виготовлення контрафактних примірників твору та їх розповсюдження.

Плагіат — порушення авторського права через оприлюднення (опублікування) повністю або частково чужого твору під власним іменем.

Див. також: **Копіраст**.

Плагін WordPress — програмний додаток, що дозволяє розширити функціональні можливості блогу на платформі WordPress. Існують плагіни й до інших платформ.

Плейлист (англ. Playlist) — список (каталог) аудіо- чи відеоматеріалів, створений споживачем на власний смак і для зручного для нього програвання. Він може складатися із пісень, відеороликів, кінофільмів тощо. Плейлисти також широко використовуються при дистанційному відеонавчанні, наприклад, можна створити серію уроків і об'єднати їх в одному плейлисті.

Площинна композиція — композиція, що підкреслює умовність, двовимірність композиції. Площинність підкреслюється чіткістю контурних ліній, межами зображення, його графічністю. Додавання рамки надає зображенню третій вимір — зображення просувається вглиб, а в центрі з'являється простір. Коли ж рамки немає, а композиція має чітку межу, цей контур визначає форму і ритм. Якщо при розвитку композиції, нарівні з двома напрямками на площині, наявний третій напрямок — глибина, створюється об'ємна форма.

Див. також: **Композиція видання.**

Подкаст (англ. Podcasting — від iPod і англ. Broadcasting — повсюдне, широкоформатне мовлення) — викладений в Інтернеті здебільшого звуковий файл (передача, закінчений сюжет, фрагмент радіної програми) або регулярно оновлювана серія таких файлів, що доставляються абонентам за допомогою технологій RSS (аудіофайли автоматично завантажуються на комп'ютер абонента) та ін. Крім аудіоподкастів, існують також відеоподкасти. *Синоніми*: аудіоблог.

Див. також: **RSS, Кастомізація послуг.**

Позиційний контекст визначає взаємозалежність об'єктів в просторі електронного видання та їх позиційне розташування.

Див. також: **Контрастний контекст.**

Пост (англ. Post) — публікація інтернет-користувача на форумах чи в блогах. Може бути текстовим чи мультимедійним (фото-, аудіо-, відеопости), довільної форми і обсягу.

Див. також: **Блог.**

Постмодернізм (від лат. post — після, за і фр. modernisme — сучасний) — напрямок у філософській думці та мистецькій практиці, що найвиразніше виявив себе в другій половині 1970-х—1990-х рр. Постмодернізм протиставив себе модернізму і претендує на його заміну. Проголосивши ідею повернення мистецтва в рамки мистецтва, постмодернізм у пошуках засобів художньої виразності орієнтується на повсякденні смаки, погляди і настрої масової свідомості.

Визначальні риси постмодернізму: потяг до архаїки, міфу, колективного позасвідомого; прагнення поєднати, взаємодоповнити постулати (часом полярно протилежні) багатьох мислителів, культур, релігій, філософій; бачення повсякденного реального життя як театру абсурду, апокаліптичного карнавалу; використання підкреслено ігрового стилю, іронічності та пародійності; химерне переплетення різних стилів оповіді (високий класицистичний і сентиментальний чи грубо натуралістичний і казковий та ін.) та жанрів; сюжети творів — це легко замасковані алюзії (натяки) на відомі сюжети літератури попередніх епох; виразна присутність оповідача.

Потокове мовлення — безперервна одночасна трансляція мультимедійних цифрових даних на безліч комп'ютерів по всьому світу чи для обраної групи користувачів у режимі реального часу.

Похила перспектива — така, в якій всі три виміри фігури знаходяться під кутом до площини малюнка.

Див. також: **Перспектива.**

Похідний твір — твір, який є творчою переробкою іншого твору без завдання шкоди його охороні (анотація, адаптація, аранжування, обробка фольклору, інша переробка

твору) чи його творчим перекладом іншою мовою. До похідних творів не належать аудіовізуальні твори, до яких було здійснено дублювання, озвучення, субтитрування іншими мовами.

Пошукова оптимізація — див. **SEO-оптимізація**.

Пошукова система — програмно-апаратний комплекс, призначений для здійснення пошуку ресурсів в Інтернеті, збереження відомостей про них у своїх базах і надання користувачу переліку посилань відповідно до його пошукового запиту. Програмною частиною пошукової системи є пошукова машина (пошуковий рушій) — комплекс програм, що забезпечує функціональність пошукової системи. Основними характеристиками пошукової системи є повнота, точність, актуальність, швидкість пошуку, наочність представлення результатів. Популярними пошуковими системами є Google, Yahoo!, Rambler, Яндекс, META та ін., серед яких лідерську позицію посідає Google.

Див. також: **Пошуковий індекс**.

Пошуковий індекс — база пошукової системи, що містить документи та їхні параметри, створена для зберігання документів мережі Інтернет та пошуку в ній за ключовими словами. Пошукові індекси автоматично, за допомогою спеціальних програм (веб-павуків), сканують сторінки Інтернету й індексують їх, тобто заносять в свою величезну базу даних. Пошукові індекси працюють як алфавітні вказівники. Клієнт задає слово чи групу слів, які характеризують його область пошуку, — і отримує список посилань на веб-сторінки, які містять зазначені ним слова.

Див. також: **Пошукова система**.

Правова культура — система правових цінностей, що відповідають рівню досягнутого суспільством правового прогресу та відображають у правовій формі соціальні цінності; сукупність основних правових понять і категорій, принципів права та правосуддя, конституційних положень, які сформувалися в процесі історичного розвитку держави та необхідні для існування цивілізованої правової системи. Рівень правової культури журналістів вказує на залежність права від загальної культури суспільства та є відображенням цієї культури в правовій системі цього суспільства через правосвідомість, розуміння принципів права, повагу до нього, впевненість у справедливості законів.

Прінтнет (від англ. print і network — друк і мережа) — аудиторія, котра читає і друковане видання, й інтернет-версію, але з великою ймовірністю надасть перевагу другій.

Провайдер — див. **Інтернет-провайдер**.

Програма-шпигун (англ. Spyware — від англ. Spy — шпигун і (Soft)ware — програмне забезпечення) — програмний продукт, що несанкціоновано, без відома користувача, встановлюється на його комп'ютері. Після інсталяції програма-шпигун залишається непомітною, але впливає на роботу комп'ютера. Вона може відстежувати діяльність користувача в Інтернеті, збирати про нього конфіденційну інформацію, змінювати налаштування комп'ютера. Виявляють шпигунські продукти за допомогою програм-сканерів. *Синоніми*: шпигунський програмний продукт.

Див. також: **Інформаційна безпека комп'ютерних систем**.

Продакт-плейсмент (англ. Product Placement — розміщення продукції) — в інтернет-рекламі прийом прихованої реклами, який полягає в тому, що в оформленні, ідею або процес функціонування тих чи інших мережевих ресурсів завуальованим чином закладають рекламну інформацію, що представляє реальний комерційний аналог.

Пропорційність — співрозмірність цілого і частин, що простежується при переході від однієї частини форми до іншої й до всієї форми загалом; співвідношення горизонтальних та вертикальних розмірів. Взаємозв'язок частин і цілого виражається

математичними відношеннями. Пропорційність дає змогу уточнити форму, знайдену на основі загальних пропорційних законів цілісності, тектоніки, масштабу. Вона підпорядковується основній конструктивно-художній ідеї композиції книги, періодичного видання, веб-сайту. Правильне встановлення пропозицій у їх єдності становить пропорційно-гармонійну побудову. У структурі сторінки виділяють кілька зон пропорційності: сторінки в цілому, добірки, окремого матеріалу. Ясно виражені пропорції наділяють видання просторовими властивостями, пов'язаними з вертикальним чи горизонтальним рухом або із статичністю.

Див. також: **Архітектонічність видання, Співвідносність.**

Прототип — чорнова реалізація майбутнього електронного видання, що містить у собі опис інтерфейсу та відображає його стиль. Створення максимально ефективного прототипу електронного видання є надзвичайно важливим завданням. Прототип повинен мати якісний вигляд, бути максимально повним, із легкістю оновлюватися.

Профайлінг (від англ. profile — профіль) — систематичний збір інформації про користувачів із метою її подальшого використання в індивідуальному маркетингу. Див. також: **Персоналізація.**

Профіль — інформація про користувача, що передається браузером на сервер за попереднім запитом.

Пункт (нім. Punkt — точка) — одиниця вимірювання кегля шрифту, що дорівнює 0,3759 мм. 48 пунктів складають 1 квадрат (18,048 мм). У програмах комп'ютерної верстки пункт прирівняний до 1/72 дюйма і складає 0,352(7) мм.

Див. також: **Гарнітура, Кегель.**

Редактор-агрегатор — посада в інтернет-редакціях. До його функціональних обов'язків належать: збір інформації (агрегація), відбір корисного і релевантного матеріалу (фільтрація), створення підбірок матеріалів за певними темами, публікація статей та їх підбірок на веб-сайті, консультування журналістів щодо тем, які цікавлять цільову аудиторію.

Редактор поточних новин (англ. Newsflow Editor) — випусковий редактор або контент-редактор, що займається координацією інформації (текстової, аудіо, візуальної) між журналістами об'єднаного ньюзруму.

Режисура видання (фр. regisseur, від лат. rego — керую) — здійснення загального керівництва над процесом організації внутрішньої будови та художнього оформлення видання, поєднання його складових елементів у монолітну цілісність, гармонійне сполучення та узгодження частин, відповідно до концепції.

Реклама в соціальних медіа (англ. Social Media Marketing, SMM) — діяльність, спрямована на просування цільового інтернет-ресурсу з використанням потенціалу соціальних медіа, онлайн-спільнот і блогосфери, залучення цільового відвідувача на сайт через добровільну, нічим не обумовлену передачу інформації про рекламоване безпосередньо від одного користувача до іншого.

Див. також: **Оптимізація під соціальні медіа.**

Релевантність (від лат. relevo — підіймати, полегшувати) — адекватність отриманої інформації запиту, семантична відповідність пошукового запиту й пошукового образу документа.

Див. також: **Ключові слова; Пошукова оптимізація.**

Репутаційний сервіс — веб-сайт або портал, що розміщує інформацію або посилання на поліпшуваний (рекламований) ресурс, а також стимулює користувачів здійснювати його обговорення й давати йому оцінку. Використання можливостей репутаційних сервісів долучають до нетрадиційних методик оптимізації під соціальні медіа.

Див. також: **Оптимізація під соціальні медіа.**

Ритм (грец. ρυθμός — розмірність, узгодженість) — закономірне, рівномірне чергування, повторення або зміна однорідних або подібних геометричних форм, плям і ліній. У певному порядку можуть зростати їхні розмір і обсяг, посилюватися тона чи колірна насиченість, змінюватися інтервали між ними тощо. Ритм — один із важливих засобів приведення різноманітних елементів форми до єдності, упорядкування; використовується, щоб позначити чіткий порядок або, навпаки, «зламати» одноманітність і монотонність простору. Він буває пластичним (лінійним), світловим, колірним, ритмом об'ємів і просторів. Ритм властивий різноманітним явищам природи, виробничим процесам, творам мистецтва.

Рівновага — симетрія відносно певної точки чи лінії; впорядковане розташування елементів ліворуч, праворуч, зверху та знизу від оптичного центру. Існує два види рівноваги: формальна і неформальна. Формальна рівновага — повна рівновага відносно точки, лінії, площини. Неформальна рівновага досягається розмірами, кольором, тоном, формою об'єктів. Рівновага в асиметричній композиції з активним рухом досягається застосуванням просторових пауз між елементами, які або наближаються один до одного, або віддаляються; або ж протиставленням великих та малих форм, контрастів темного і світлого, яскравого та млявого, взаємодією композиційних засобів — контрасту, ритму, пропорцій.

Розповсюдження твору — будь-яка дія, за допомогою якої твір пропонується аудиторії; доведення його до загального відома таким чином, що її представники можуть здійснити доступ до нього з будь-якого місця й у будь-який час за власним вибором.

Розщеплена схема з трьох кольорів — використання трьох кольорів: один контрастний супроводжується двома сусідніми за тоном. Це пом'якшує контрастність і дає змогу отримати цікаві сполучення.

Сайт — див. **Веб-сайт**.

SEO-оптимізація (англ. Search Engine Optimization, SEO) — комплекс заходів, спрямованих на підняття позицій певного мережевого ресурсу в результатах, що видаються пошуковими системами на ті чи інші запити користувачів. Полягає в управлінні контентом веб-ресурсу та посиланнями на нього з інших сайтів для збільшення його релевантності пошуковим запитами та зростання індексу цитування за ключовими словами, що поліпшує ранжування інтернет-ресурсу в пошуковій видачі. *Синонім*: пошукова оптимізація.

Див. також: **Оптимізація під соціальні медіа, Ключові слова, Релевантність**.

Сервер — мережевий комп'ютер або програма, що надає послуги інтернет-користувачам. Розрізняють такі типи серверів: пошукові сервери, новинні сервери, факс-сервери, чат-сервери, проксі-сервери та ін. Із зростанням комп'ютерної мережі (коли збільшується кількість взаємозв'язаних комп'ютерів, трафік, фізична відстань між комп'ютерами), зазвичай виникає необхідність у збільшенні кількості серверів.

Див. також: **Домен, Інтернет, Інтернет-провайдер, Клієнт**.

Світлота (яскравість) — сполучення світла і тіні, відносний ступінь освітленості або затемненості кольору, положення кольору на шкалі від білого до кольорового тону і до чорного, або його властивість відображатися; наявність у тоні тієї чи іншої кількості білого чи чорного пігменту. Колір може бути світлим або темним. Яскравість змінюється при змішуванні з білим (для створення тону) чи чорним (для утворення тіні). Колір освітлюється одночасним збільшенням двох складових при постійному значенні 255 основного тону і затемнюється зменшенням його числових значень при нульових значеннях інших тонів. Від освітленості залежить контрастність.

Див. також: **Колір, Насиченість**.

Сеанс трансляції — лінійна передача інформації, яка не надає споживачеві інших можливостей впливати на споживання цієї інформації, окрім як зупинити перегляд. Наприклад: телебачення, кіно.

Семіозис (грец. *sema* — знак) — процес перетворення об'єктів чи явищ в знаки, надання їм певного культурного контексту. У семіотиці позначає інтерпретацію знака або процес породження значення.

Симетрія (грец. *συμμετρία* — співмірність) — закон організації форми, що сприяє цілісності сприйняття. Йдеться про певний порядок, математичну закономірність, за якою розташовуються повторювані предмети один відносно другого на площині або в просторі. Закони симетрії покладені в основу будь-якої архітектурної, предметної, образотворчої форми; вони є основою моделювання друкованих видань. Симетричними є тотожні елементи фігури, однаково розташовані відносно довільної точки (вісі, площини), що називається центром симетрії. Залежно від особливостей такого розташування, розрізняють осьову, дзеркальну, гвинтову симетрії. Порушення симетрії застосовують, посилюючи виразність форми, надаючи їй емоційності.

Див. також: **Гвинтова симетрія, Дзеркальна симетрія, Осьова симетрія.**

Система рубрикації — система заголовкових комплексів, що складається в процесі поділу тексту на рубрики, виражає логічний зв'язок і підпорядкованість його частин. Система рубрикації періодичного видання значно відрізняється від книжкової не лише за складом елементів, а й за їхніми функціями. Виразником стилю періодичного видання є чітке дотримання усталеного функціонального призначення і відповідного оформлення рубрикаційних одиниць. Оформлення елементів рубрикаційної системи здійснюється через титульний шрифт, проміжкові та декоративні елементи, форматування.

Див. також: **Заголовковий комплекс.**

Складна статична схема — схема, що містить кілька складних ілюстративних об'єктів, фотографії, 3D-об'єкти. Займає великий простір, використовується для показу складних і масштабних географічних явищ.

Слайд-шоу — інструмент, за допомогою якого зображення «перегортаються» самостійно в режимі фотофільму і сприймаються подібно до відео.

Смайл (англ. *smile* — усміхатись) — знак, що використовується для позначення настрою в тексті повідомлення. Буває двох видів: 1) смайл — послідовність символів (букв алфавіту, знаків пунктуації, службових символів); 2) смайл-ідеограма, що схематично зображує людське обличчя. Смайли набули популярності з розвитком Інтернету та поширенням мобільних телефонів, стали частиною сучасної комунікаційної культури.
Синоніми: смайлик, емотикон.

Соціальні медіа (англ. *Social Media*) — медіасервіси, інформаційний продукт яких генерується за мінімальної участі централізованої редакції і за максимальної активності користувачів. Йдеться про соціальні мережі, соціальні закладки, соціальні новинні агрегатори, колективні блоги.

Див. також: **Веб 2.0.**

Соціальна мережа — інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється його відвідувачами, з можливістю зазначення будь-якої інформації про кожного учасника. У соціальних мережах постають співтовариства із спільними інтересами і / чи діяльністю, що генерують свій мультимедійний контент. Зв'язок здійснюється через сервіс внутрішньої пошти, форуми чи миттєвий обмін повідомленнями. Це посередник у комунікації між людьми, що спрощує взаємодію учасників Мережі, що знаходяться на великій відстані. Найбільш популярні в Україні соціальні мережі: «ВКонтакте» «Однокласники», Facebook.

Див.також: **Instant messaging (IM), Веб 2.0, Інтерактивність, Інтернет-спільнота.**

Спам (англ. Spam) — масова несанкціонована (без згоди отримувачів) розсилка інформації переважно рекламного характеру зазвичай електронною поштою. Спамери використовують спеціальні програми-пауки для моніторингу Веб і знаходження всіх e-mail, що там з'являються. При цьому інтернет-користувач сам оприлюднює свій e-mail, беручи участь у чатах, заповнюючи онлайнві форми тощо,— й одержує спам. Засобами боротьби зі спамом є автоматична фільтрація листів, «чорні списки» та ін.

Спам-блог — див. **Сплог**.

Спам-коментарі — коментарі, які публікують з єдиною метою — отримати зворотне посилання, що збільшує ранжування сайту та привертає трафік. Спам-коментарі бувають осмисленими (в них простежується певна відповідність темі коментованого матеріалу), а також штучними, беззмістовними (їх публікують спеціальні програми-боти).

Див. також: **Спам**.

Співвідносність — особливість сприйняття, яка виражається в тому, що всі властивості одних об'єктів сприймаються в порівнянні з аналогічними властивостями інших об'єктів. На цьому базуються такі прийоми композиції, як масштабність та пропорційність.

Сплеш (англ. Splash — сплеск) — заголовний, перший кадр відеоілюстрації.

Див. також: **Відеоілюстрація**.

Спливне вікно (англ. Pop-up) — в інтернет-рекламі це нове вікно браузера, що відкривається для відтворення рекламної інформації; слугує для збільшення трафіку на сайт рекламодавця.

Див. також: **Банерна інтернет-реклама**.

Сплог (англ. Splog) — блог, створений для просування іншого веб-сайту. Він не містить унікального контенту — наповнюється копіпастом. *Синоніми*: спам-блог.

Див. також: **Копіпаст, Плагіат**.

Стартап (англ. Startup) — 1) новий амбітний інтернет-проект, що досягає успіху за короткі терміни реалізації; 2) процес створення такого інтернет-проекту на основі інноваційних технологій. Прикладами успішних стартапів Google, Twitter, Apple та ін.

Статична ілюстрація — класична ілюстрація в мультимедійній історії. Як і ілюстрація в традиційному ЗМІ, відображає суть того, що відбувається, розширює інформацію, допомагає вибудувати візуальний ряд. В ідеалі, це кадри з місця подій або архівні знімки, релевантні суті історії.

Див. також: **Конвергенція ЗМІ, Мультимедіа**.

Структура (лат. structura — побудова, розміщення, від struo — будує, зводжу) — внутрішня будова, певний взаємозв'язок складових частин цілого. Структура за визначеними законами зв'язує складові частини в єдине ціле, визначає місце кожного з них на сторінці, у виданні. Структура видання матеріалізується в макеті сторінки, а композиція та архітектоніка сторінки утворюють діалектичну єдність, що сприймається як єдине ціле. Термін використовується при моделюванні друкованого видання, наприклад, для розрізнення структури і композиції окремого випуску періодичного або серіального видання. Структура відображає основні властивості твору, наявність елементів видання, внутрішню організацію.

Субтрактивні кольори (від англ. subtract — віднімати) — первісні кольори, отримані в результаті відображення світла шляхом змішування адитивних кольорів.

Субтрактивні кольори бувають двох видів: 1) прозорі кольори СМУ-модель для друку — кольоровий ефект досягається поглинанням кольорових променів під час нанесення на папір чи іншу поверхню — прозорі чорнила з додаванням чорного

кольору (К). Із них отримують адитивні: червоний = пурпур + жовтий, зелений = жовтий + блакитний, синій = блакитний + пурпур; 2) непрозорі художні кольори RYB-моделі (червоний, жовтий, синій): червоний + жовтий = оранжевий, червоний + синій = фіолетовий, синій + жовтий = зелений.

Див. також **СМУК, Адитивні кольори**.

Супрематизм (від лат. *supremus* — найвищий) — течія в живописі, започаткована українським художником-авангардистом К. Малевичем, автором картини «Чорний квадрат» (близько 1915 р.). Супрематизм пропагував композицію безпредметних живописних форм, створених за допомогою «чистих» площин, звільнених від будь-якого поневолення позаживописною реальністю; декларував перевагу «нового» живопису над усім, що йому передувало.

Супутникове телебачення — мовлення, що здійснюється через супутник або пряме мовлення до абонента, або шляхом ретрансляції супутникового каналу через кабельну мережу.

Сюжетування — процес встановлення зв'язку між окремими матеріалами з однієї і тієї ж теми для розширення контексту події або явища. Організація матеріалів у сюжеті дозволяє легше орієнтуватися в основних інформаційних трендах. Гіпертекстуальне сюжетування пронизує та об'єднує всі змістові елементи веб-сайту, вибудовуючи основні шляхи ознайомлення з контентом. До сюжету можуть належати матеріали з тематичного та жанрового рубрикаторів. Сюжети можуть бути представлені як актуальним списком, так і добіркою тегів.

Див. також: **Веб-серфінг, Гіпертекстуальність, Теги**.

Таргетінг (від англ. *target* — ціль) — рекламний механізм, за допомогою якого виокремлюють цільову аудиторію з усієї наявної і доносять рекламну інформацію тільки до неї.

Див. також: **Персоналізація, Профайлінг**.

ТБ-тюнер (англ. *TV-tuner*) — пристрій, що дає змогу комп'ютеру приймати аналоговий або цифровий телевізійний сигнал, — без підключення ТБ-тюнера переглядати та записувати телепрограми неможливо. Існує два основні типи ТБ-тюнерів: 1) зовнішні ТБ-тюнери, які зазвичай підключаються до USB-порту комп'ютера; 2) внутрішні плати ТБ-тюнера, які потрібно встановлювати всередину комп'ютера. Більшість комп'ютерів не обладнано ТБ-тюнером, але в багатьох випадках його можна підключити.

Творець історії (англ. *Story builder*) — фахівець, котрий вибудовує певну «історію» (наратив) шляхом відбору і представлення певного контенту. Зазвичай виконує різноманітні функції: редактора текстів, головного редактора, продюсера.

Теги (англ. *Tag*) — 1) ключові слова (чи словосполучення), якими можна описати певний контент і за їх допомогою відшукати цей контент на веб-сайті; 2) елемент мови розмітки гіпертексту, наприклад: `<html></html>` — тег, що вказує програмі перегляду сторінок (браузеру), що це HTML-документ; `<body></body>` — визначає основну частину документа.

Див. також: **Метатеги**.

Текстура (від лат. *textura* — тканина, зв'язок, будова) — 1) якість поверхневої структури малюнка, яка залежить від фізичного устрою поверхні об'єкта, але «відчувається» оком. Текстура утворюється скупченням маленьких частинок в певну систему, візуальний характер якої залежить від всього цього скупчення загалом; 2) внутрішня структура матеріалу, з якого виготовлено предмет. Наприклад, виготовлені з дерева та металу предмети суттєво відмінні за текстурою, що обумовлює їхню різну міцність, художньо-естетичну виразність тощо.

Тектоніка (від грец. τεκταίνω — майструю, будую) — конструктивно-матеріальний аспект, наочне і художнє вираження властивостей видання, його конструктивної і технологічної основи.

Теми WordPress — безкоштовні шаблони, варіанти дизайну, створені для блогів, що використовують платформу WordPress.

Технічна естетика — наукова дисципліна, яка комплексно вивчає соціальні, естетичні, функціональні, ергономічні й технічні аспекти формування предметно-просторового середовища і складає науково-методичні основи дизайну.

Поняття «технічна естетика» почало вживатися в науковій літературі у 1950-1960-х рр. Згодом постала загальна теорія промислового мистецтва (у вищих і середніх навчальних закладах, які готують художників для роботи у сфері промисловості, досі зберігається назва спеціальності — «промислове мистецтво»). Технічна естетика покликана виявляти і пояснювати основні закономірності розвитку предметного середовища на межі науково-технічних інновацій і соціальних, моральних, естетичних змін у суспільстві.

Предмет технічної естетики не може бути чітко обмежений. Вона виступає то як цілком конкретна прикладна наука (пов'язана з ергономікою, комплексно вивчає психологічні аспекти діяльності людей в умовах сучасного виробництва), то як теорія дизайну, розкриваючи основні принципи проектування та всебічної оцінки предметного середовища в аспекті його функціональної та естетичної єдності, то як один із напрямів загальноестетичних досліджень.

Технічне завдання — вихідний документ створення електронного видання, згідно з яким проводиться його розробка, затвердження, апробація.

Типографіка (грец. typos — відбиток і grapho — пишу, зображую) — графіка, зображальними елементами якої є шрифти різних алфавітів; графічне оформлення друкованого тексту за допомогою складання і верстки з використанням норм і правил, специфічних для конкретної мови. *Синонім*: шрифтознавство.

Див. **Шрифт**.

Типологія електронних видань — класифікація електронних видань за різними ознаками. ГОСТ 7.83—2001 визначає такі види електронних видань:

за цільовим призначенням: офіційне, наукове, науково-популярне, виробничо-практичне (зокрема нормативне), навчальне, масово-політичне, довідкове, видання для дозвілля, рекламне, художнє;

за періодичністю: неперіодичне (виходить одноразово), серіальне (виходить за невстановленою тривалістю), періодичне (виходить через певні інтервали часу), видання, що продовжується (в міру накопичення матеріалу); також електронне видання, що оновлюється (кожний наступний випуск містить актуальну інформацію попереднього випуску, але повністю замінює вміст);

за структурою: однотомне, багатотомне, електронна серія (вміщує сукупність однотипних томів);

за наявністю друкованого еквіваленту: самостійне електронне видання, тобто те, яке не має друкованого аналогу, та електронний аналог друкованого документу, який в основному відтворює відповідний друкований документ (зберігаючи розташування тексту на сторінці, ілюстрації, посилання, примітки тощо).

Електронною версією слід вважати такий аналог друкованого видання, який має рівний з оригіналом правовий статус і який створювався практично одночасно із самостійним друкованим або електронним виданням (на окремому носії) у відповідному форматі з метою надання у мережевому доступі або на окремому носії. *Синонім*: класифікація електронних видань.

Див. також: **Концепція електронного видання.**

Тотожність — цілковита подібність об'єктів. Вона характеризує рівність і нерівність, повторюваність і неповторюваність, схожість і відмінність, безперервність і переривчастість певних властивостей, зв'язків, тенденцій.

Найпростіша форма тотожності — застосування цілком подібних об'єктів (за розміром, формою, тоном): повторюваний візерунок орнаменту, текстові блоки однакового розміру. Необхідною умовою тотожності є ставлення елемента до простору та простота і виразність самого елемента. Тотожні елементи композиції застосовуються для демонстрації подібності, створення множини, з якої складається тло композиції, привертання уваги до відмінностей деталей у тотожних елементах, демонстрації стабільності або ж закономірного руху, підкреслення незвичності ситуації.

Точка — елемент, що не має вимірювання (безрозмірна) й вказує місце, розташування або положення. Як зображальний елемент, вона характеризується концентрацією форм або зорового сприйняття в декотрому центрі, який привертає і фіксує зоровий фокус.

Трансграничність — властивість всесвітнього поширення інформації незалежно від географічного розташування редакції ЗМІ.

Див. також: **Інтерактивність; Мультимедійність.**

Трафік (англ. Traffic — рух, транспорт, торгівля) — обсяг інформації (в байтах), що надходить на комп'ютер з мережі і виходить із нього в мережу.

Розрізняють вхідний і вихідний трафіки. Вхідний трафік — це та інформація, яка надходить на комп'ютер, наприклад, з Інтернету: тексти веб-сторінок, музика тощо. Вихідний трафік — інформація, яка надходить з комп'ютера користувача в Інтернет, наприклад: запит веб-сторінок в адресному рядку браузера. Такий запит займає мінімальний обсяг трафіку (кілька кілобайтів), але теж входить в обліковий трафік.

Трекбек (англ. Trackback) — засіб, подібний до пінгбеку; автоматичне сповіщення власникові блогу про те, що хтось посилається на його статтю. Трекбеки також можуть мати спамовий характер.

Див. також: **Пінгбек.**

Триадні кольори (англ. Tritone) — рівномірно віддалені на колірному колі один від одного кольори. Первинні кольори тріади (червоний, зелений і синій) сприймаються різко, вторинні — більш м'яко. Тріади, в яких два кольори належать до однієї групи, сприймаються легше (фіолетовий, оранжевий, червоний).

Тролінг (англ. Trolling) — грубе порушення мережевого етикету (нетикету); розміщення в Інтернеті провокаційних, брутальних повідомлень з метою викликати конфлікти між користувачами, образи, марнослів'я, війну редагувань тощо.

Сучасне значення терміна «тролінг» з'явилося в Usenet-конференціях наприкінці 1980-х рр. Вважається, що це поняття є скороченням фрази «trolling for suckers», яка належить до виду техніки спортивної риболовлі, в якій trolling, ймовірно, походить від trawling — травлення, вудити на мормишку. Термін «тролінг» значною мірою набув популярності тому, що тролі часто згадуються у фольклорі скандинавських країн, зокрема, в дитячих казках, як потворні, неприємні істоти, що коять зло і завдають шкоди.

Тролінг вивчається науковцями як цікавий психологічний і соціальний феномен. На початку XXI ст. інтернет-тролі стали утворювати власні віртуальні співтовариства, обмінюючись досвідом з найефективнішого розпалювання конфліктів. Сьогодні будь-який популярний форум, група новин і вікі-проект стикаються з тролінгом і тролями.

Див. також: **Нетикет, Троль.**

Троль — особа, котра розміщує брутальні повідомлення в Інтернеті (на дискусійних форумах, у розділах коментарів), чим порушує нетикет, перешкоджає обговоренню теми, ображає інших користувачів. Збурювальний, саркастичний, провокаційний зміст повідомлень троя спрямований на те, щоб залучити якомога більше інших користувачів до активної конфронтації з ним. Єдине, чим можна боротися з інтернет-тролями, — ігнорування.

Див. також: **Нетикет, Тролінг.**

Унікальний відвідувач — інтернет-користувач, що відвідав веб-сайт бодай один раз. Наприклад, якщо веб-сайт відвідали два користувачі, причому перший зайшов на нього двічі, а другий — тричі, то відвідувань було п'ять, а унікальних відвідувачів — два.

Уніфікований показник ресурсу — див. **URL**.

Факт (лат. *factum* — зроблене) — 1) реальне явище або подія; те, що сталося насправді; 2) основна одиниця журналістської інформації. Факти поділяються на одиничні (одне конкретне явище або подія), системні (певна група логічного об'єднаних подій, явищ), статистичні (на основі кількісних показників), емпіричні (базуються на певному досвіді), наукові (досліджені, обґрунтовані у певній галузі), художні (явища мистецтва) та ін.

Фігура — двовимірне утворення. Займаний нею простір збігається з площиною малюнка.

Фірмовий колір — елемент фірмового стилю, один із компонентів загального образу об'єкта. Це набір постійних дизайнерських (кольорових, графічних), словесних і типографських елементів, що забезпечують візуальну й смислову єдність діяльності, внутрішнього змісту й зовнішнього оформлення компанії.

Колір робить елементи фірмового стилю привабливішими, завдяки чому вони краще запам'ятовуються, чинять сильніший емоційний вплив. Відомий приклад використання фірмових кольорів — застосування червоного і жовтого у фірмовому стилі мережі ресторанів «Макдональдс». Фірмовий колір несе не тільки естетичне навантаження (рожевий колір «Oriflame», червоно-білий «Кока-Кола»), а також певну рекламну функцію для вирізнення товарів серед аналогів-конкуrentів. Поява того чи іншого кольору не випадкова. Традиційно вважається, що золотий колір — символізує добробут, а зелений — динамічне зростання тощо. Наявні й національні нюанси сприйняття кольорів: блакитний для китайців — один із траурних кольорів, а в Індії — символ правдивості. Фірмовий колір може мати правовий захист у разі відповідної реєстрації товарного знака в цьому кольорі.

Флейм (англ. *Flame* — вогонь) — суперечка заради суперечки, обмін повідомленнями в популярних місцях мережевого спілкування (форумах, чатах тощо). Це словесна війна, що зазвичай навіть не має стосунку до першопричини суперечки. Повідомлення флейму можуть містити особисті образи, орієнтовані на подальші чвари. Іноді є наслідком тролінгу, але здебільшого флейм спалахує просто через образу на віртуального співрозмовника.

Див. також: **Нетикет, Тролінг.**

Флуд (англ. *Flood* — приплив, повінь) — активно поширювані комунікатором в Інтернеті повідомлення (часто у великих обсягах), які не містять жодної нової чи корисної інформації, тобто марнослів'я. На форумах флудом називають будь-яке повідомлення, що не стосується теми форуму.

Флуд — одна із специфічних стратегій і форм спілкування, інструмент комунікацій в Інтернеті. Флуд використовується з певною метою: для імітації діяльності; як стиль спілкування; як метод ведення інформаційної війни; як метод утруднення пошуку

інформації в інформаційних потоках; як метод піару. Особу, яка його поширює, називають флудером.

Мережевий етикет засуджує флуд, бо він заважає спілкуванню та обміну інформацією в Інтернеті. Тому ставлення до флуду, як правило, є негативним.
Синоніми: офтопик, офтоп (від англ. off topic — поза темою).

Див. також: **Нетикет**.

Форма видання — спосіб існування і вираження його змісту. Форма — активний компонент, синергетично об'єднаний із змістом не лише прямим, а й зворотнім зв'язком, бо спроможний впливати на нього. Вона містить у собі дві взаємозалежні сторони: внутрішню форму — структуру; зовнішню форму — оформлення.

Див. також: **Архітектоніка видання, Композиція видання, Внутрішня форма видання, Зовнішня форма видання**.

Формальна рівновага — абсолютна симетрія ліворуч і праворуч від оптичного центру. Використовується, коли потрібно підкреслити гідність, стабільність і консерватизм образу.

Фотобанк — спеціалізований каталог зображень, автори яких публікують свої твори для продажу.

Фотострічка — похідні розповіді про подію за допомогою фотографій: добірка знімків, побудована за класичними канонами фоторепортажу. Можливий мікс різних ілюстрацій, що стосуються загальної теми. *Синоніми*: фотогалерея.

Фреймінг (англ. Framing — рамкування) — 1) спосіб, яким журналісти формують та контекстуалізують зміст новин у межах певної діяльності та відповідно до прихованої структури значень; 2) вплив на громадськість — аудиторія засвоює фрейми (рамки), які пропонують журналісти і відповідним чином дивиться на світ.

Фронтальна композиція — площинна композиція, певні елементи якої «виступають із площини» — мають рельєф. Фронтальна композиція широко використовується в роботах декоративно-прикладного характеру, де фактура матеріалу часто надає композиції рельєфність: текстиль — гобелен, скло — вітраж та ін., також комп'ютерна графіка, голографія.

Див. також: **Композиція видання**.

Хакер (від англ. to hack — рубати) — спеціаліст із комп'ютерних технологій, котрий здійснює неправомірний доступ до комп'ютерів та інформації.

Див. також: **Інформаційна безпека комп'ютерних систем**.

Хостинг (англ. Hosting) — 1) послуга з надання обчислювальних потужностей для фізичного розміщення інформації на сервері, що постійно перебуває в мережі (зазвичай Інтернет). 2) послуга з розміщення обладнання клієнта на території провайдера із забезпеченням підключення його до каналів зв'язку з високою пропускнуою здатністю (колокація, від англ. Collocation).

Див. також: **Доступ до Інтернету, Інтернет-провайдер, Сервер**.

Художнє конструювання — творча проектна діяльність, практика дизайну (часто ототожнюється з дизайном). Конструювання — логічний розумовий процес від абстрактно сформованого завдання через функціонуючі елементи до бажаного результату.

До першої стадії художнього конструювання належать виконання проектною пропозиції, розроблення креслень, малюнків ескізного проекту, виготовлення макетів; до другої — розроблення дизайн-проекту; до третьої — аналіз варіантів конструкції (технічних рішень) і вибір оптимального варіанту; до четвертої — розробка конструкторської документації для практичної реалізації об'єкта дизайну.

Художнє конструювання інтегрує в собі елементи природно-наукових, технічних, гуманітарних знань, інженерного конструювання.

Художнє конструювання здійснює художник-конструктор (дизайнер), наділений здібностями художнього мислення.

Цитата — здебільшого короткий уривок з літературного, наукового чи будь-якого іншого опублікованого твору, що використовується з обов'язковим посиланням на його автора і джерело цитування іншою особою в своєму творі з метою зробити зрозумілішими свої твердження чи для посилання на погляди іншого автора в автентичному формулюванні.

Див. також: **Інтертекстуальність**.

Цільова аудиторія електронного видання — частина аудиторії інтернет-користувачів, що має спільні соціально-демографічні параметри та культурні вподобання, презентує сегмент потенційних споживачів інформаційного продукту і на означену специфіку якої зорієнтоване електронне видання.

Часовий контекст — часове середовище проєктованого видання, відповідність його стилістиці епохи, а також певна система відліку візуалізації дій у межах інтерактивного середовища.

Чат (англ. Chat — балачка) — місце на сервері IRC, відведене для обміну повідомленнями в режимі реального часу.

Чорна оптимізація — прийоми просування веб-сайтів, які використовують методи, заборонені пошуковими системами та невідповідні моральним нормам. Наприклад: використання прихованого тексту або дорвеї.

Див. також: **Дорвей**.

Шпигунський програмний продукт — див. **Програма-шпигун**.

Шрифт (нім. Schrift, від schreiben — писати) — 1) набір символів певної гарнітури, розміру і накреслення;

2) повний комплект друкарських літер певного типу й рисунку, необхідний для складання тексту; сукупність металевих рельєфних літер, цифр, розділових знаків у друкарській машинці;

3) графічна форма літер при написанні, характер малюнка написаних літер, накреслення букв та знаків, що складають єдину композиційну та стилістичну систему.

Шрифти характеризуються: гарнітурою, кеглем, накресленням тощо. Усі елементи в шрифті гармонійно поєднуються, створюючи справжній витвір мистецтва, виконаний художником-графіком за певним задумом. Крім засадничого призначення — передачі інформації, шрифти є ще й елементом дизайну.

При виборі шрифту слід зважати на легкість для читання та відповідність стилю публікації. Для ділових документів має сенс застосовувати тільки класичні шрифти і не більше двох на документ. Вважається, що максимальна кількість шрифтів в одному документі або виданні — три-чотири. Навіть якщо на машині є тільки шрифт Arial, то добре продумана гра розміром, накресленням і розміщенням блоків тексту забезпечить гарні результати.

Існує декілька стандартів сучасних шрифтів. Найбільш популярні шрифти корпорації AdobeSystems, яка розробила стандарт Type 1; Microsoft Corp., що створила формат TrueType. Обидва стандарти мають свої переваги і недоліки, що зумовило їх паралельне співіснування.

Синонім: гарнітура.

Література

1. 10 правил дизайну від Павла Салиги [Електронний ресурс] / Павло Салига // Режим доступу: <http://yellowarrow.ho.ua/ua/rules.html>
2. Адамчик М. В. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии / М. В. Адамчик. — Минск : Харвест, 2010.
3. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет-журналістики в Україні : монографія / І. М. Артамонова. — Донецьк : Лебідь, 2009. — 416 с.
4. Афанасьєва К. О. Авторське право: навч. посібник / К. О. Афанасьєва. — К. : Атіка, 2006. — 226 с.
5. Бадд Т. Объектно-ориентированное программирование в действии / Т. Бадд. / Пер. с англ. — СПб. : Питер, 1997. — 464 с. : илл.
6. Безменов Н. И. TurboPascal 7.0. Руководство программиста / Н. И. Безменов. — М. : Эксмо, 2006. — 160 с.
7. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. — М. : Д. Аронов, 2006. — 434 с.
8. Буковецкая О. А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О. А. Буковецкая. — 2-е изд., испр. — М. : ДМК, 2000. — 304 с.
9. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособ. / Е. Л. Вартанова. — М. : Аспект Пресс, 2003. — 335 с.
10. Вирин Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. — М. : Эксмо, 2010. — 224 с.
11. Владимиров В. М. Хаос — Розуміння — Масова комунікація : монографія / В. М. Владимиров. — К. : КиМУ, 2006. — 366 с.
12. Выродова А. С. Семантико-стилистические особенности цветообозначений в массмедийных текстах / А. С. Выродова // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сб. науч. Трудов Междунар. науч. практ. конф. — Белгород, 2006. — С. 286–290.
13. Вязьминов В. Модульные сетки [Электронный ресурс] / В. Вязьминов // Режим доступа: <http://webimg.ru/webdesign/modulnaya-setka>
14. Гаррет Джесс. Веб-дизайн: Элементы досвіду взаємодії [Електронний ресурс] / Джесс Гаррет // Режим доступу: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=1237822>
15. Гвоздев В. М. Аудиторія ЗМІ: проблеми критичного сприймання масової інформації / В. М. Гвоздев // Наукові записки Інституту журналістики : К., 2010. — Т. 38. — Січень–березень. — С. 14–17.
16. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси : монографія / Л. М. Городенко. — К. : Академія Української Преси, 2010. — 172 с.
17. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра : учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 288 с.
18. Гуцу С. Ф. Правові основи інформаційної діяльності: навч. посібник / С. Ф. Гуцу. — Харків: Національний Аерокосмічний Університет, 2009. — 48 с.
19. Дизайн и верстка сайтов. Обучающий видеокурс [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://fileaddnet.ucoz.ru/publ/books_create_site/dizajn_i_verstka_sajtov_obuchajushhij_videokurs/1-1-0-1484
20. Дизайн. Визначення дизайну, поняття дизайну. Що таке дизайн? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.dreamcity.com.ua/doc/14/1/64/>

21. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов, и др.: Под общ. ред. Г. Б. Минервина, В. Т. Шимко. — М. : Архитектура-С, 2004. — 228 с.
22. Донни О'Квинн. Допечатная подготовка. Руководство дизайнера. — М. : Изд-во Вильямс, 2001. — 591 с.
23. Ежова Л. Ф. Інформаційний маркетинг : навч. посібн. / Л. Ф. Ежова. — К. : КНЕУ, 2002. — 560 с.
24. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. — М. — 2010. — 200 с.
25. Захарченко А. Загальні принципи аналізу інформаційних потоків в інтернеті / А. Захарченко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб.; за ред. В. В. Різуна. — К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. — Т. 41. — С. 80–85.
26. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник / В. Й. Здоровега. — 2-ге вид., перероб. і допов. — Львів : ПАІС, 2004. — 268 с.
27. Злобін Г. Г. Архітектура та апаратне забезпечення ПЕОМ : навч. посіб. / Г. Г. Злобін, Р. Є. Рикалюк. — К. : Каравела, 2006. — 304 с.
28. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие / Под. ред. М. М. Лукиной. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 348 с.
29. Иттен И. Искусство цвета / Иоханнес Иттен / Пер. с нем.; 2-е изд. ; Предисл. Л. Монаховой. — М. : Изд. Д. Аронов, 2001. — 96 с.
30. Иванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В. Ф. Иванов. — К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. — 222 с.
31. Калмыков А. А. Интернет-журналистика : учеб. пособ. / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
32. Карпенко В. Журналистика: основи професійної комунікації. — К., 2002.
33. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Пер. с англ. Ганиш А., Волкова А. — К. : Ваклер, 2007. — 304 с.
34. Кент П. Поисковая оптимизация для чайников / Питер Кент. — М. : Вильямс, 2011. — 432 с.
35. Кирсанов Д. Веб-дизайн: Книга Дмитрия Кирсанова. — СПб: Символ-Плюс, 1999 — 376 с.
36. Комп'ютерна графіка. Векторна та фрактальна графіка [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.victoria.lviv.ua/html/oit/html/lesson12_II.htm
37. Крайнікова Т. с. Культура видання: дефініція, структура та чинники / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 43. — 134–138.
38. Крайнікова Т. с. Культура дизайну видання: суть, чинники та критерії оцінювання / Т. С. Крайнікова // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 45. — С. 44–48.
39. Крейг Р. Интернет-журналистика: работа журналиста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг ; [пер. з англ. А. Іщенко]. — К. : Києво-Могилянська академія, 2007. — 324 с.
40. Кривошея Г. П. Журналистика: поняття, терміни / Г. П. Кривошея. — К. : КиМУ, 2004. — 202 с.
41. Круг С. Веб-дизайн: книга Стива Круга или «не заставляйте меня думать!» / Стив Круг. — М. : Символ-Плюс, 2001. — 196 с.
42. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: підручник / М. Я. Куленко. — К. : Кондор, 2006. — 492 с.
43. Кулько О. И. Колоративы и обозначения цвета в рекламе / О. И. Кулько // Русская и сопоставительная физиология: состояние и перспективы: Междунар. научн. конф.: Труды и материалы. — Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004. — С. 224–227.

44. Ла Рош В., фон Вступ до практичної журналістики : навчальний посібник / Вальтер фон Ла Рош / За загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. — К. : Академія Української Преси, 2005. — 229 с.
45. Ласика Дж. Д. Даркнет: Война Голлівуда против цифровой революции / Дж. Д. Ласика; [пер. с англ. Ольги Турухиной]. — Екатеринбург : Ультра.Культура, 2006. — 408 с.
46. Ле Корбюзье. Mod-1-Mod-2. Модульор / Сокр. пер. с фр. Ж.С. Розенбаума; Науч. ред. В. Г. Калиш; Вступ. ст. Д. Б. Хазанова. — М.: Стройиздат, 1976. — 239 с.
47. Львов М. С., Співаковський О. В. Вступ до об'єктно-орієнтоване програмування: навчальний посібник. — Херсон : ХГПУ, 2000. — 238 с.: іл.
48. Львов М. с., Співаковський О. В. Основи алгоритмізації та програмування: навч. посібник. — Херсон: Айлант, 2000. — 214 с.
49. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: Пер. с англ. О. Возьна, Г. Сташків. — Львів: Літопис, 2010. — 538 с.
50. Мирошниченко А. Когда умрут газеты / Андрей Мирошниченко. — М. : Книжный мир, 2011. — 224 с.
51. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підручник. — Вид. 3-тє доп. і поліпш. — К.: ЦУЛ, 2002. — 284 с.
52. Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики / І. Л. Михайлин. — Харків: Прапор, 2009. — с. 170.
53. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. — Х., 2004. — 380 с.
54. Мудров А. Н. Основы рекламы : учеб. / А. Н. Мудров. — М. : Магистр, 2008. — 397 с.
55. Некляев С. Е. Инфографика: принципы визуальной журналистики. Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / С. Е. Некляев. — М. : Медиа-Мир, 2008. — 248 с.
56. Нельсон Р. Сложно о простом, или как разработать логотип компании // Техника рекламы. — 2005. — № 11.
57. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк / Пер. с англ. И. В. Павловой. — М. : АСТ; Астрель, 2005. — 255 с.
58. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. — Л.: Палітра друку, 2002. — с. 20
59. Онкович Г. В. Медіалогія і медіаосвіта: входження до науково-освітнього простору / Г. В. Онкович // Наукові записки Інституту журналістики : К., 2010. — Т. 38. — Січень–березень. — С. 6–10.
60. Основи художнього конструювання: практикум для студентів художньо-графічних факультетів / укл. Є. А. Антонович, Л. К. Грач, Н. І. Саваріна, В. А. Шпільчак. — Івано-Франківськ: ПУ, 1992. — 32 с.
61. Основы композиции / Голубева О. Л. — М.: Изд. дом «Искусство», 2004.
62. Панков М. Основа основ: модульная сетка // Режим доступу: <http://www.compuart.ru/article.aspx?id=8658&iid=355>
63. Попова Ж. Г. Психология цвета в печатной рекламе // Маркетинг в России и за рубежом. — 2000. — № 4. — С. 39–42.
64. Почепцов Г. Г. Від Facebook'у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації / Георгій Почепцов. — К. : Спадщина, 2012. — 464 с.
65. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф / Пер. с англ. Д. Борисов. — М. : Ультра Культура, 2003. — 368 с.
66. Різник М. Г. Письмо і шрифт. — К.: Вища школа, 1978.
67. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. — К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.— 260 с.

68. Розенфельд Л. Інформаційна архітектура в Інтернеті / Розенфельд Л., Морвіль П. // Режим доступу: <http://allday.ru/index.php?newsid=270254>
69. Рок И. Введение в зоровое восприятие. Книга первая. — М., 1980.
70. Рудер Э. Типографика: Руководство по оформлению / Э. Рудер / Пер. с нем., послесл. и коммент. М. Жукова. — М. : Книга, 1982. — 286 с.
71. Самара Т. Структура дизайна. Стильное руководство / Тимоти Самара. — М. : Амфора, 2008. — 304 с.
72. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. Ред. Ю. М. Бідзілі. — Ужгород: ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. — 224 с.
73. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: практ. посіб. / М. С. Тимошик. — К. : Наша культура і наука, 2005. — 560 с.
74. Фаворский В. А. О графике как об основе книжного искусства / В. А. Фаворский // Искусство книги. — М. : Книга, 1961. — С. 51–78.
75. Фірмовий стиль або гонитва за іміджем [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://antargo.com.ua/uk/firmoviy-stil-statti/firmennyiy-stil-ili-gonka-za-imidzhem.html>
76. Хавкіна Л. М. Виміри рекламної колористики: демонстрація та називання кольору як чинники формування рекламного міфу // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальная коммуникация». — Том 21 (60). — 2008. — № 1. — С. 96–101.
77. Херлберт А. Сетка: Модульная система конструирования и производства газет, журналов, книг / Аллен Херлберт / Пер. с англ. И. А. Ковалевой, И. М. Паперна. — М. : Книга, 1984. — 108 с.
78. Хоменко М. О. Модульна сітка як чинник культури подання візуальної інформації в дизайні [Електронний ресурс] / М. О. Хоменко // Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/VKhDADM/2009_5/09kmaiid.pdf
79. Цурін О. Комп'ютерна графіка / О. Цурін, Н. Цуріна. — К. : Університ «Україна», 2005. — 165 с.
80. Чепмен Н. Цифровые технологии мультимедиа / Найджел Чепмен, Дженни Чепмен / Пер. с англ. — 2-е изд. — К. : Диалектика, 2005. — 624 с.
81. Шевченко В. Е. Англо-український тлумачний словник редакційно-видавничої термінології / В. Е. Шевченко. — К. : Либідь, 2006. — 320 с.
82. Шевченко В. Е. Графічна організація друкованого тексту та його художня інтерпретація засобами складання / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 2. — К., 2001. — С. 53–69.
83. Шевченко В. Е. Елементи оформлення сучасного газетного видання / В. Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики. — Т. 1. — К., 2000. — С. 88–95.
84. Шевченко В. Е. Композиція та архітектоніка друкованого видання / В. Е. Шевченко // Вісник Київського національного університету. Серія: журналістика — Вип. 8. — К. : РВЦ «Київський університет», 2000. — С. 70–75.
85. Шевченко В. Е. Лексика комп'ютерних редакційно-видавничих систем. Англо-український словник. — К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2000. — 112 с.
86. Шевченко В. Е. Основні поняття, що визначають зовнішню форму друкованого видання: текст лекції для студентів Інституту журналістики / В. Е. Шевченко. — К. : Інститут журналістики, 2004. — 28 с.
87. Шевченко В. Е. Основні принципи конструювання макету видання / В. Е. Шевченко // Сучасна інформаційна політика. — К. : Центр вільної преси, 1999. — С. 105–108.

88. Шевченко В. Е. Оформлення сучасного газетного видання / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики / За заг. ред. В. В. Різуна. — К., 2003. — 344 с., табл., рис.
89. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции : учеб. / А. В. Юрасов. — М. : Горячая линия-Телеком, 2008. — 480 с.
90. Яремків Михайло. Композиція: творчі основи зображення : навч. посібн. / Михайло Яремків. — Тернопіль: Підручники і посібники, 2007. — 112 с.
91. Ярцева С. С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.01.10 — журналистика / С. С. Ярцева. — Воронеж, 2011. — 22 с.
92. Яцюк О. Г. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О. Г. Яцюк О. Г., Э. Т. Романычева. — СПб. : БХВ-Петербург, 2001. — 432 с., илл.
93. Evans Robin. 1995. The Projective Cast: Architecture and Its Three Geometries. - Cambridge, MA: MIT Press.
94. HTML-верстка і Web-програмування сайту. З чого почати? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://vispyanskiy.name/html-verstka-i-web-prohramuvannya-sajtu-z-choho-pochaty>
95. Ostwald, Michael. 2001. «The Modulor and Modulor 2 by Le Corbusier (Charles Edouard Jeanneret), 2 volumes. Basel: Birkhäuser, 2000» [bookreview]. Nexus Network Journal 3, no. 1:145-48.
96. Wood, Natalie T, Michael R. Solomon and Basil G. Englis (2005) «Personalization of Online Avatars: Is the Messenger as Important as the Message?» International Journal of Internet Marketing and Advertising, 2 (1/2), 143–161.

ПРО УКЛАДАЧІВ ПРОГРАМ І ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО СЛОВНИКА

- Василик Любов Євгенівна*, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики Чернівецького національного університету імені Ю. Федьковича
- Вербовий Руслан Миколайович*, аспірант кафедри електронних видань та медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Виговська Наталія Анатоліївна*, асистент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Запорізького національного університету, провідний редактор студентського порталу «Пороги»
- Ворона Андрій Генадійович*, аспірант кафедри електронних видань та медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Гвоздєв Володимир Миколайович*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики Східноукраїнського національного університету імені В. Даля (м. Луганськ)
- Головченко Ніна Іванівна*, Кандидат педагогічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування Університету «Україна».
- Горська Катерина Олександрівна*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри електронних видань і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
- Завгородня Лариса Віталіївна*, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри видавничої справи редагування і теорії інформації Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.
- Захарченко Артем Петрович*, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри електронних видань та медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Зражевська Ніна Іванівна*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи, редагування і теорії інформації Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького
- Іщук Наталя Михайлівна*, асистент кафедри електронних видань і медіадизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка.
- Крайнікова Тетяна Степанівна*, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри електронних видань і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Левчук Олена Миколаївна*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та редагування НТУ «Київський політехнічний інститут»
- Лисенко Валерій Миколайович*, старший викладач кафедри видавничої справи та редагування і кафедри журналістики Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
- Мельничук Юлія Георгіївна*, асистент кафедри журналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
- Полісученко Анна Юріївна*, аспірант кафедри телебачення та радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
- Садівничий Володимир Олексійович*, кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри журналістики та філології Сумського Державного Університету, член Національної спілки журналістів України.
- Салига Павло Георгійович*, асистент кафедри електронних видань і медіадизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка.
- Семенюк Гліб Сергійович*, аспірант Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Федорчук Людмила Петрівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри телебачення та радіомовлення в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Федотова Наталія Михайлівна, кандидат філологічних наук, доцент Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, факультет української філології

Чабаненко Мирослава Вікторівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістської творчості, реклами та зв'язків із громадськістю Запорізького національного університету.

Шевченко Вікторія Едуардівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри електронних видань і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, завідувач Студії медіадизайну

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

НОВІТНІ МЕДІА ТА КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама», «зв'язки з громадськістю»

Редактор комплексу навчальних програм: Іщук Н. М.

Редактор термінологічного словника: Паливода Ю. В.

Літературний редактор і коректор Крайнікова Т. С.

Верстка Калітіна Т. О.

Дизайн обкладинки Дем'яненко І. С.

Підписано до друку 10.04.2012. Формат 60*84/16

Гарнітура...

Обл.-вид. арк. 19. Ум.-друк. арк. 18.76. Наклад 100 прим.

Віддруковано в друкарні ФОП Паливода А. В.

03061, м. Київ, пр-т Відрадний, 95/Е, тел./факс (044)3512190