

УДК 37+001]:004

№ держреєстрації 0120U000064

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
(Університет Грінченка)

04053, Україна, м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2;
тел. (044) 272-19-02, e-mail: kubg@kubg.edu.ua

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. ректора Київського столичного
університету імені Бориса Грінченка,
голова комісії з реорганізації

Олександр ТУРУНЦЕВ
« 2024 р.

ЗВІТ
ПРО НАУКОВО-ДОСЛІДНУ РОБОТУ
МЕДІАЗНАВЧІ СТУДІЇ
В НАУКОВОМУ ТА ОСВІТНЬОМУ ДИСКУРСАХ

Керівники науково-дослідної роботи:

декан Факультету журналістики,
кандидат педагогічних наук, доцент
професор кафедри медіапродюсування
та видавничої справи,
доктор філологічних наук, професор



Галина ГОРБЕНКО



Вікторія ІВАЩЕНКО

Рукопис закінчено 17 грудня 2024 року

Результати цієї роботи розглянуто на вченій раді Київського
столичного університету імені Бориса Грінченка
від 26 грудня 2024, протокол № 15

2024

ЗМІСТ

СПИСОК ВИКОНАВЦІВ: НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРАЦІВНИКИ.....	4
СПИСОК ВИКОНАВЦІВ: ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	5
РЕФЕРАТ.....	6
ВСТУП.....	9
ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ.....	18
РОЗДІЛ 1. ПРОЛЕГОМЕНИ ДО МЕДІАЗНАВСТВА ЯК НОВОЇ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ ГАЛУЗІ ЗНАННЯ.....	18
1.1. Теорії медіа і суспільства: класифікація. Формування дослідницьких напрямів медіазнавства (В. Л. Іващенко, Н. І. Зражевська).....	18
1.2. Термінологічна інституціоналізація обсягу поняття «медіазнавство». Концептуальне моделювання предметної сфери «медіазнавство» (В. Л. Іващенко).....	21
1.3. Освітні та освітньо-наукові програми медіазнавчого циклу дисциплін в освітньому процесі закладів вищої освіти зарубіжжя та Факультету журналістики Університету Грінченка (В. Л. Іващенко, О. Д. Гондюл, О. В. Харченко, М. М. Нетребя).....	25
1.4. Довідкові видання та медіазнавча періодика (В. Л. Іващенко).....	33
1.5. Діяльність медіазнавчих інституцій: Україна та світові практики (В. Л. Іващенко, О. Д. Гондюл, О. В. Харченко).....	35
РОЗДІЛ 2. НЕФОРМАЛЬНА МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС..	38
2.1. Центри неформальної медіаосвіти в країнах ЄС та в Україні (Г. В. Горбенко, Я. С. Фруктова, О. Д. Гондюл).....	38
2.2. Медійна та інформаційна грамотність і цифрова компетентність у документах Європарламенту, Ради ЄС та ЮНЕСКО (В. Є. Сошинська, Я. С. Фруктова, Г. В. Горбенко)	43
2.3. Засади державної політики України у сфері медійної та цифрової грамотності населення (В. Є. Сошинська, Я. С. Фруктова).....	46
2.4. Неформальна освіта в системі медіаосвіти України. Медіаграмотність у системі неформальної освіти (Я. С. Фруктова, В. Є. Сошинська).....	48
РОЗДІЛ 3. МЕДІАПРАКТИКИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ФАКУЛЬТЕТУ ЖУРНАЛІСТИКИ УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА.....	51
3.1. Проєкт Факультету журналістики «Медіахаб Університету Грінченка» як платформа медіапрактик (Г. В. Горбенко, В. Л. Іващенко, Т. І. Поліщук, Д. В. Харамурза, О. А. Семенюк, В. Є. Сошинська, М. М. Нетребя, Я. С. Фруктова, К. Є. Балабанова, А. Л. Лісневська, М. С. Ангелова, О. Д. Гондюл).....	51

3.2. Система медіапрактик у професійній підготовці фахівців медіа як технологія створення медіапродуктів (Т. І. Поліщук, М. С. Ангелова, А. Л. Лісневська, Д. В. Харамурза).....	56
РОЗДІЛ 4. ПРОФЕСІОНАЛІЗМ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ МЕДІА.....	62
4.1. Технології формування професіоналізму фахівців медіа (І. Ю. Афанасьєв, М. М. Нетреба, В. Л. Іващенко, Г. В. Горбенко, Л. М. Новохатько, Д. В. Харамурза, О. В. Григоревська (Воскобойнікова-Гузєва), С. І. Петренко).....	61
РОЗДІЛ 5. ЛЕКСИЧНИЙ МІНІМУМ МЕДІАЗНАВЦЯ ЯК ПЛАТФОРМА КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ. МЕДІАСЛОВНИКАРСТВО.....	67
5.1. Дистанційний лексикографічний дискурс: медіаплатформи комунікативної взаємодії (В. Л. Іващенко, Г. В. Горбенко).....	67
5.2. Лексичний мінімум медіазнавця: довідкове навчальне видання та електронний освітній ресурс (В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич).....	71
5.3. Лексичний мінімум медіазнавця як різновид медіасловника, дискурсивна лексикографічна практика та експериментальна віртуальна лабораторія (В. Л. Іващенко).....	76
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ОСНОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ.....	91
ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА	102
ДОДАТОК «А». СЛОВНИК-МІНІМУМ ТЕРМІНІВ МЕДІАЗНАВСТВА (В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич, Г. В. Горбенко, Н. І. Зражевська, М. М. Нетреба, К. Є. Балабанова, Д. В. Харамурза, Я. С. Фруктова, І. Ю. Афанасьєв, О. І. Гарачковський, О. В. Григоревська (Воскобойнікова-Гузєва), О. А. Семенюк).....	109
ДОДАТОК «Б». СЛОВНИК-МІНІМУМ ТЕРМІНІВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТЕЛЕГЛОСАРІЙ ВІД АСТУДІЇ» (М. С. Ангелова, В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич).....	146
ДОДАТОК «В». ПЕРЕЛІК МЕДІАПРОЄКТІВ У БАЗІ ДАНИХ ЛЕКСИЧНОГО МІНІМУМУ МЕДІАЗНАВЦЯ (М. С. Ангелова, Т. І. Поліщук, В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич).....	150
ДОДАТОК «Г». ПЕРЕЛІК ЕЛЕКТРОННИХ СЛОВНИКІВ МЕДІЙНИХ ТЕРМІНІВ (В. Л. Іващенко).....	167
ДОДАТОК «Д». ПЕРЕЛІК НАГОРОД / ПОДЯК, НАГОРОДЖЕНИХ ЗА МЕДІАПРОЄКТИ / МЕДІАПРОДУКТИ ТА НАУКОВІ РОБОТИ МЕДІЙНОЇ ТЕМАТИКИ (В. Л. Іващенко).....	173

СПИСОК ВИКОНАВЦІВ: НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРАЦІВНИКИ

Керівники НДР:



Галина ГОРБЕНКО

Вікторія ІВАЩЕНКО

Відповідальні виконавці:



Ніна ЗРАЖЕВСЬКА



Владислав ЯСКЕВИЧ



Тетяна ПОЛІЩУК



Маргарита НЕТРЕБА



Катерина БАЛАБАНОВА



Дар'я ХАРАМУРЗА



Мар'яна АНГЕЛОВА



Олександра ГОНДІЮЛ



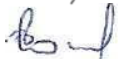
Аліна ЛІСНЕВСЬКА



Яна ФРУКТОВА



Олег ХАРЧЕНКО



Вікторія СОШИНСЬКА



Олег СЕМЕНЮК



Світлана ПЕТРЕНКО



Ілля АФАНАСЬЄВ



Олександр ГАРАЧКОВСЬКИЙ



Леонід НОВОХАТЬКО



Олена ГРИГОРЕВСЬКА
(ВОСКОВОЙНІКОВА-ГУЗЄВА)

СПИСОК ВИКОНАВЦІВ: ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

• Алексєєнко Є. • Андрієвська О. • Байбараш Д. • Бабюк С. • Баранова К. • Батьо Д. • Бицюк Т. • Білоножко В. • Боярин А. • Бugno Д. • Бутенко К. • Бучма К. • Валько І. • Вжешневська С. • Вронська Ю. • Гавриленко О. • Гальчевський Н. • Ганапольська С. • Ганчіч А. • Головань В. • Гордієнко М. • Гриценко А. • Грушак К. • Даценко В. • Дацюк В. • Демиденко О. • Дзюба К. • Дмитрук Є. • Долга О. • Драч А. • Жмудь Ю. • Зубченко Ю. • Зуєва М. • Івлєв Д. • Каблука Д. • Казьміна А. • Казьона Ю. • Какаранзе М. • Кардасевич Д. • Касаткіна М. • Кльоб М.	• Коваль А. • Козел О. • Коленко А. • Колісник Я. • Комащенко А. • Копан О. • Короб В. • Короткевич Д. • Котляревська Д. • Коцюба Д. • Кошель А. • Кошман В. • Кравчук О. • Кустинська В. • Куципаленко Н. • Лисенко Д. • Луганська В. • Лукашук І. • Лукощенко Н.-М. • Мамедов Т. • Мартиненко І. • Марченко С. • Мітрофанов О. • Мушта В. • Немченко А. • Несененко О. • Нестеров В. • Нікішина К. • Осадча В. • Парсілян А. • Педан М. • Педченко М. • Пилипенко К. • Петренко Ю. • Печенюк К. • Прокопенко М. • Пруднікова О. • Радзієвська В. • Ржавська Ю. • Рижова Д. • Рожков О.	• Свердлик Т. • Свєчнікова К. • Семенюк С. • Сидорак Б. • Сіраш Д. • Скирта Д. • Соболева А. • Сокол Л. • Соколовська М. • Соколюк А. • Соломаха М. • Солоненко А. • Стадник О. • Старенченко А. • Стебко В. • Степовенко С. • Тарасюк К. • Тесленко О. • Улітенкова А. • Утченко О. • Фадєєва А. • Фещук К. • Фургалець К. • Хайло А. • Ходієва С. • Чагарна К. • Чепурнова (Бакаєвич) Я. • Чорна П. • Шаповалова К. • Шамян А. • Шепетюк Є. • Штолїна М. • Якобчук О.
---	--	---

РЕФЕРАТ

Звіт про НДР: 90 с. (текст), 10 с. (список основних публікацій за темою), 71 с. (додатків).

Об'єкт дослідження – медіазнавство як наука та навчальна дисципліна.

Мета дослідження – розкрити специфіку впровадження медіазнавчих студій до освітнього процесу ІЖ/ФЖ Університету Грінченка в аспект взаємодії з науковим дискурсом у зіставленні зі світовою практикою.

Методи дослідження – описовий; метод сходження від абстрактного до конкретного; спостереження; порівняльно-зіставний; проблемного та контент-аналізу (сайтів зарубіжних ЗВО; міжнародних і європейських інституцій, орієнтованих на медіадослідження; вебсторінок медіазнавчих періодичних видань; електронних освітніх ресурсів формату електронних мультимедійних навчальних термінологічних словників); лінгвоконцептуального аналізу (ментально-мовного опису поняття); систематизації; моделювання (концептосфери та предметної сфери «медіазнавство»); лексикографічного аналізу та аналізу словникових дефініцій; узагальнення, моделювання (електронного освітнього ресурсу).

Теоретичне та практичне значення результатів полягає у створенні нових та поглибленні вже відомих знань про:

- 1) формування нової міждисциплінароної галузі – науки про медіа (медіазнавства);
- 2) формулювання основних пролегоменів до медіазнавства;
- 3) різні підходи й концепції до визначення медіазнавства, окреслення основних сфер його науково-практичної реалізації;
- 4) дослідницькі парадигми, школи, напрями, концепції, основі медіазнавчої дисципліни;
- 5) ключові терміни й поняття медіанауки, особливості їх семантизації та функціонування в українській мові;
- 6) довідкові видання та медіазнавчу періодику;
- 7) ОП та ОНП дисциплін медіазнавчого циклу, впроваджені в різних країнах;
- 8) основні різновиди медіазнавчих інституцій, медіаосередків ЗВО та центрів неформальної медіаосвіти в країнах ЄС у зіставленні з Україною;
- 9) основні різновиди технологій формування професіоналізму фахівців медіа;
- 10) основні типи медійних словників та електронних [мультимедійних] навчальних термінологічних словників.

Результати дослідження *впроваджено* до освітнього процесу Київського столичного університету імені Бориса Грінченка через:

1) розроблення та використання: а) програм нових навчальних дисциплін медіазнавчого циклу; б) сертифікатних програм медіазнавчого циклу та навчально-тренінгового модуля «Медіаосвіта» / «Медіаосвіта: європейські практики» як програми підвищення кваліфікації НПП Університету Грінченка спочатку на базі Медіашколи, пізніше Центру медіаосвіти (2021–2023) та Медіахабу (2023–2024) Університету Грінченка, орієнтованих на різні цільові аудиторії – викладачів, педагогів, учителів, держслужбовців, представників малого й середнього бізнесів, українських та іноземних студентів; в) електронного освітнього ресурсу «Лексичний мінімум медіазнавця» як платформи комунікативної взаємодії здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників, віртуальної лабораторії, де НПП разом із здобувачами освіти опановують різні медіапрактики;

2) створення платформ для постійної взаємодії наукової спільноти та фахівців-практиків медійної галузі, зокрема шляхом організації та проведення міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій, семінарів, тренінгових програм та ін. заходів;

3) формування медіаінформаційної грамотності та медіакомпетентності, уміння свідомо орієнтуватися в медіапросторі та використовувати сучасні медіатехнології.

Рекомендації щодо використання результатів дослідження:

1) науково-педагогічним працівникам та закладам вищої освіти – під час розроблення освітніх програм, навчальних планів, навчально-методичних матеріалів, електронних навчальних курсів для викладання дисциплін медіазнавчого циклу;

2) аспірантам і науковцям – під час написання фундаментальних і прикладних наукових дослідженнях медіазнавчої проблематики;

3) здобувачам вищої освіти – під час навчання та проходження виробничої практики;

4) медіафахівцям, лексикографам, аспірантам, науково-педагогічним працівникам, науковцям, фахівцям з інформаційно-комунікаційних технологій – для розроблення електронних освітніх ресурсів, укладання навчальних термінологічних словників із метою грамотного використання медійної термінології.

Галузь застосування: освіта і наука.

Перспективи подальших досліджень:

1) простежити формування дослідницьких напрямів медіазнавства в слов'янськомовних країнах та проаналізувати медіазнавчу періодику цих країн; зіставити результати;

2) інвентаризувати медіазнавчі інституції, науково-дослідницькі медіацентри й медіалабораторії, ОП та ОНП слов'янськомовних країн Європи; зіставити результати;

3) повторно інвентаризувати з метою виявлення загальних тенденцій: а) зарубіжну та українську медіазнавчу періодику; б) медіа- й медіадослідницькі осередки ЗВО України; в) назви програм медіазнавчого циклу; зіставити результати;

4) розробити моделі предметних сфер усіх розділів медіазнавства за авторською методикою ментально-мовного опису-моделювання;

5) реалізувати подальшу діяльність секторів медіаосвіти, медіавиробництва та медіадосліджень проекту «Медіахаб Університету Грінченка» в аспекті його впровадження до освітнього процесу Факультету журналістики;

6) для Лексичного мінімуму медіазнавця – регулярно наповнювати основні рубрики та створити: а) окремий додаток, або додати функціонал до наявного, що дасть змогу редагувати терміни й додавати нові; б) мобільний додаток для розробленої архітектури.

Ключові слова: медіа, медіазнавство, медіадослідження, медіазнавчі студії, медіанаука, неформальна медіаосвіта, медіацентр, медіахаб, медіапрактики, медіатехнології, формування професіоналізму фахівців медіа, електронний освітній ресурс, навчальний термінологічний словник, лексичний мінімум медіазнавця, медіасловникарство.

ВСТУП

Актуальність. Актуальність теми зумовлена: потребою формування в українському науковому дискурсі нової школи медіазнавства як однієї з наймолодших наук, що перебуває в процесі пошуку свого дослідницького об'єкта, окреслення меж галузі, формулювання теоретичних положень, визначення практичних сфер застосування, утвердження власної метамови та методології; необхідністю поєднати в освітньому процесі теорію медіазнавства і медійну практику; загальною тенденцією до здійснення міждисциплінарних і міжгалузевих комплексних досліджень.

Сьогодні в українському науковому дискурсі немає: спеціальних праць, присвячених становленню медіазнавства як галузі науки; узагальнювальних теоретичних розвідок із типології медіазнавчих дисциплін, які у викладацькій практиці вже не один рік поспіль заявляють про себе, що дає підстави для виформовування типологічного медіазнавства.

Відсутність на момент формулювання дослідницької теми в українських словниках титульного терміна на позначення медіанауки відповідно засвідчує й відсутність на рівні узусу професійної спільноти чіткого розуміння не лише обсягу поняття «медіазнавство», а й дослідницького об'єкта (дослідницьких об'єктів) самої галузі. Ось чому розбудова теоретико-методологічних засад медіазнавчих студій в українському науковому дискурсі вимагає ознайомлення з працями відомих канадських (М. Маклуен, Г. Енніс), американських (П. Левінсон, Н. Хомський, Н. Негропonte, Дж. Фіске), німецьких (З. Зелінські, Л. Енгель), французьких (А. Моль, Гі Дебор, Е. Бевор, Р. Дебре) та ін. медіазнавців і медіологів.

Бракує зіставних аналітичних оглядів про впровадження медіадосліджень і медійної практики в освітній процес України та зарубіжжя. В українському освітньому дискурсі поки що немає спеціально розроблених навчальних програм із теорії медіазнавства, які б системно розкрили специфіку цієї галузі людської діяльності, напр., у форматі навчального курсу «Вступ до медіазнавства». У цьому сенсі привертає увагу вивчення світової практики організації освітнього процесу, спрямованого на впровадження медіазнавчих студій і медіапрактик до закордонних закладів вищої освіти, де передбачено: створення міждисциплінарних структурних підрозділів – кафедр, центрів, інститутів / факультетів медіадосліджень, [науково-дослідних] медіалабораторій, у яких можна було б реалізувати креативні проєкти, спрямовані на зближення технологій, мультимедіа, науки, мистецтва та дизайну¹; блоки навчальних

¹ Пор., напр.: «Media Studies Faculty» в Корнелльському університеті (США); «NETlab New Media Research Lab» в Університеті Анкари (Туреччина) та ін.

дисциплін із медіазнавства²; освітні бакалаврські та магістерські програми з медіадосліджень³; відкриття аспірантури за дослідницькими програмами з медіанауки⁴; розроблення спеціалізованих курсів для студентів, які хочуть отримати нові медіазнавчі професії⁵, або викладачів, які прагнуть підвищити свій кваліфікаційний рівень медіазнавця⁶ та ін.

Щодо методології сучасної медіанауки як мультидисциплінарної галузі знань, то вона передбачає комплексне використання методів і прийомів тих дисциплін, які її формують. У цьому сенсі важливо враховувати кореляцію між медіазнавством та медіологією в аспекті розрізнення власне теорії, вчення та методології.

Особливої уваги вимагає проблема невпорядкованості системи термінів на позначення дій, предметів, ознак, явищ, феноменів тощо, пов'язаних із медіа, а отже, й відсутність відповідних досліджень. Відтак надважливим завданням у цьому аспекті є визначення, систематизація та опис поняттєво-термінологічного апарату сучасного медіазнавства.

Наукова проблематика давно назріла, вона частково врахована в тематиці й структурі програм навчальних дисциплін⁷, бакалаврських і магістерських робіт, що їх виконують студенти під керівництвом викладачів кафедр журналістики та нових медіа, видавничої справи, бібліотекознавства та інформології, реклами та зв'язків із громадськістю, а також зовнішніх сумісників кафедр.

У пропонованому дослідженні є можливість уперше фундаментально розгорнути проблему розбудови *медіазнавства як самостійної науки або комплексу наукових дисциплін* та заявити про формування нової для української

² Пор., напр.: «Media Studies Minor Courses», «Media Studies Major Courses» в Університеті Тулси (США).

³ Пор., напр.: «Undergraduate Media Studies Programs» – «Anthropology & Media», «Promotional Media», «Media & Communications», «Media & Sociology» у Лондонському університеті Голдсмітс (Велика Британія); «Postgraduate Programs in Media Studies» – «Masters in Media, Culture and Society» в Університеті Еразма Роттердамського (Нідерланди); «MA in Media, Culture and Society» в Університеті Лестера (Велика Британія) та ін.

⁴ Пор., напр.: «Research Degrees: Media Studies» – «PhD in Media and Film Studies» у Лондонському університеті SOAS, «AVPhD Media and Communications» у Лондонському університеті Голдсмітс, (Велика Британія).

⁵ Напр.: викладача-медіазнавця, медіафахівця, консультанта / тренера з навчальних медіа і технологій, дизайнера та розробника вебосвітнього й навчального середовища тощо.

⁶ Напр., як технічні експерти з використання широкого спектру медіа й технологій в аудиторіях.

⁷ Пор., напр., перелік навчальних дисциплін медіазнавчого спрямування в Інституті журналістики (нині Факультету журналістики) Київського університету імені Бориса Грінченка (нині Київського столичного університету імені Бориса Грінченка) станом на 2019 рік: основні – «Українська мова в медіа та практична стилістика», «Медіакультура», «Медіаосвіта», «Медіаполітика», «Медіаправо», «Медіапсихологія», «Соціологія медіа», «Медіаменеджмент та медіамаркетинг», «Крос-медійна журналістика», «Медіаекономіка», «Медіапланування», «Медіакомунікативні технології», «Медіаконсалтинг», «Медіакомунікації», «Медіаполітика та інформаційна безпека», «Медіаправо та захист інтелектуальної власності», «Глобальні та локальні медіа», «Основи виробництва медіа-продукту»; за вибором – «Методика роботи журналіста в ділових медіа», «Менеджмент соціальних медіа», «Медіапланування та медіапрогнозування», «Комунікації в соціальних медіа та мережах», «Медіарилейшинг», «Соціологія та психологія медіакомунікацій», «Медіаграмотність», «Монетизація медіа» та ін.

наукової спільноти дослідницької галузі, що поєднує в собі міжгалузеву синергію знання про медіа, практику їх застосування в багатьох сферах людської діяльності та впровадження в освітній процес. Ось чому видається актуальним насамперед аналіз наукових праць, які підпадають під категорію медіазнавчих, вивчення дослідницького об'єкта галузі, що допоможе структурувати її за розділами, підрозділами, складниками, напрямками тощо, а отже, розробити на цій основі типологію медіазнавчих дисциплін.

Паралельно з наукових праць і лексикографічних джерел важливо зробити суцільну вибірку ключових медійних термінів та дефініцій їхніх понять. На цій основі сформувані базу даних дефініцій основних понять медіазнавства у форматі інформаційно-пошукового навчально-довідкового електронного ресурсу, який задовольнить користувацькі потреби і студентів, і викладачів у прагненні опанувати не лише фаховою термінологією дисциплін медіазнавчого циклу, а й науковими знаннями про цю галузь.

Окрім наукового, об'єкт дослідження передбачає вивчення специфіки імплементації медіазнавчих студій в освітній дискурс закордонних та українських ЗВО, а отже, проблемний аналіз такого досвіду. У цьому напрямі видається актуальним, зокрема, зіставний аналіз сайтів закордонних вишів, який у першому наближенні може зорієнтувати на ті дисципліни медіазнавчого циклу, яких бракує в Україні. Такий аналіз допоможе також: забезпечити й наукове підґрунтя, і практичну спрямованість навчальних програм, що підвищить конкурентоспроможність обраного для експериментального аналізу ЗВО на міжнародній арені; наблизити тематику навчальних дисциплін та освітніх програм до світових практик викладання медіанауки.

Необхідність формування теоретико-методологічних засад сучасного медіазнавства в науковому дискурсі та відсутність ґрунтовного аналізу впровадження проблематики медіадосліджень в освітній процес в українських ЗВО, власне, й зумовили актуальність дослідження «Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах» [Горбенко, Іващенко 2020, 1(9), с. 103–106].

Мета дослідження – розкрити специфіку впровадження медіазнавчих студій до освітнього процесу ІЖ/ФЖ Університету Грінченка в аспект взаємодії з науковим дискурсом у зіставленні зі світовою практикою.

Завдання дослідження:

1) простежити історію формування науки про медіа та визначити основні структурні підрозділи медіазнавства; з'ясувати наявність пролегоменів до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання; розробити авторську методику опису-моделювання концептосфери й предметної сфери медіазнавства за топологічними параметрами;

2) зіставити нормативно-правову базу з питань медіаосвіти в країнах ЄС та в Україні; окреслити сучасну систему медіаосвіти в Україні; узагальнити досвід діяльності медіаосвітніх центрів країн ЄС; простежити динаміку концепцій створення університетського медіацентру;

3) виявити та проаналізувати технології формування професіоналізму фахівців медіа; розробити теоретико-методологічні засади їх вивчення, типологію та розкрити специфіку упровадження до освітнього процесу українських і зарубіжних ЗВО;

4) розробити систему медіапрактик, типологію медіаформатів та методики створення медіапродуктів на базі центрів компетенцій ФЖ; упровадити медіапрактики до освітнього процесу ФЖ у форматі виконання практичних завдань;

5) узагальнити досвід створення електронних мультимедійних навчальних термінологічних словників; розробити типологію медійних словників та електронних навчальних термінологічних словників як медіаплатформ комунікативної взаємодії; теоретично обґрунтувати, створити та впровадити до освітнього процесу ІЖ/ФЖ ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» як експериментальну віртуальну лабораторію, на платформі якої здобувачі вищої освіти всіх рівнів спільно з НПП опановують різні медіапрактики; провести опитування про використання ресурсу в освітньому процесі ФЖ.

Об’єкт дослідження – медіазнавство як наука та навчальна дисципліна.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні засади, метамова сучасного медіазнавства та практика їх упровадження в освітній процес українських і закордонних ЗВО.

Методи дослідження: описовий; метод сходження від абстрактного до конкретного; спостереження; порівняльно-зіставний; проблемного та контент-аналізу (сайтів зарубіжних ЗВО; міжнародних і європейських інституцій, орієнтованих на медіадослідження; вебсторінок медіазнавчих періодичних видань; електронних освітніх ресурсів формату електронних мультимедійних навчальних термінологічних словників); лінгвоконцептуального аналізу (ментально-мовного опису поняття); систематизації; моделювання (концептосфери та предметної сфери «медіазнавство»); лексикографічного аналізу та аналізу словникових дефініцій; узагальнення, моделювання (електронного освітнього ресурсу).

Наукова новизна та теоретичне значення дослідження полягає у створенні нових та поглибленні вже відомих знань про:

1) формування нової міждисциплінарної галузі – науки про медіа (медіазнавства);

- 2) формулювання основних пролегоменів до медіазнавства;
- 3) різні підходи й концепції до визначення медіазнавства, окреслення основних сфер його науково-практичної реалізації;
- 4) дослідницькі парадигми, школи, напрями, концепції, основні медіазнавчі дисципліни;
- 5) ключові терміни й поняття медіанауки, особливості їх семантизації та функціонування в українській мові;
- 6) довідкові видання та медіазнавчу періодику;
- 7) ОП та ОНП дисциплін медіазнавчого циклу, впроваджені в різних країнах;
- 8) основні різновиди медіазнавчих інституцій, медіаосередків ЗВО та центрів неформальної медіаосвіти в країнах ЄС у зіставленні з Україною;
- 9) основні різновиди технологій формування професіоналізму фахівців медіа;
- 10) основні типи медійних словників та електронних [мультимедійних] навчальних термінологічних словників.

Практичне значення результатів. Результати теоретико-аналітичних пошуків практично реалізовано через створення та впровадження до освітнього процесу Факультету журналістики:

1) Центру медіаосвіти на базі Медіашколи Університету Грінченка (2021–2023 рр.) (<https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/mediashkola-hrinchenka/podii-mediashkoly-hrinchenka.html>);

2) Медіахабу Університету Грінченка (2023–2027 рр.) у форматі діяльності секторів медіаосвіти, медіавиробництва та медіадосліджень (https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2023/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%B1_%D0%A3%D0%93.pdf);

3) експериментальної моделі електронного освітнього ресурсу ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» як віртуальної лабораторії (<https://vyaskevych.github.io/LexicalMinimumMediaStudies/>).

Апробація результатів дослідження. Результати дослідницьких напрямів апробовано на таких рівнях:

1. *Міжнародному* –

1) отримано статус спостерігача в міжнародному проєкті HORIZON 2020 «ELEXIS» (2018–2022 рр.) у межах угоди між ІЖ/ФЖ та Інститутом Йозефа Стефана (Словенія); на сайті проєкту «ELEXIS» розміщено інформацію про дослідницький проєкт «Лексичний мінімум медіазнавця» / «Lexical Minimum of Media Scientist» (1.02.2021–1.12.2024), який виконується в межах наукової теми;

2) проведено 4 міжнародні науково-практичні конференції, методичний семінар для викладачів Університету Жирони (Королівство Іспанія) та 9 науково-практичних семінарів (2018–2023 рр.): «Медіазнавчі студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси» (2020); «Медіакомунікації в діалозі культур: виклики європейської інтеграції для української освіти і науки» (2023); «Креативні індустрії: сучасні тренди» (2022–2023); «Міжнародні медіакомунікації у цифрову епоху» (2022);

3) результати дослідження апробовано на 13-ти міжнародних науково-практичних конференціях: 10th EAFT Terminology Summit (Дублін, 2021); «Digital Humanities Workshop (DW)» (2021); «Main challenges and issues of university education in war conditions: Ukraine – 2022» (Манітоба, 2023); ECREA Digital Games Research Section symposium «Digital Games at the Forefront of Change – On the Meaningfulness of Games and Game Studies» (Мадрид, 2023); XII International TRAMA & FONDO congress on textual analysis: «The Law» (Мадрид, 2024); «Communications, Media and Education in the Paradigm of New Technologies and Artificial Intelligence» (Софія, 2024); Методичний семінар для НПП Університету Жирони (Жирона, 2023); Міжнародний університетський конгрес із комунікації, інновацій, досліджень та викладання «CUICID 2023» (Мадрид); 24-й Міжнародний конгрес «EUPRERA» (Прага, 2023) та ін.;

4) подано 4 міжнародні грантові заявки: проєкт Erasmus Mundus Master in Professional Training for Spokesperson, 2021; проєкт «Media Studies in European Dialogue» (620639-EPP-1-2020-1-UA- EPPJMO-PROJECT); Horizon Europe MSCA Postdoctoral Fellowship «The Role of the Media in Cultural Diplomacy and Cooperation», Університет міста Хаєн (Королівство Іспанія); «International Office Development Fostering European Integration and Female Empowerment» (ERASMUS-2027 KA2) у межах Програми Еразмус+ за напрямом «Розвиток потенціалу вищої освіти»;

5) участь у 2-х міжнародних опитуваннях дослідницьких груп «ELEXIS» (Інститут Йозефа Стефана, Республіка Словенія, 2021: «Lexicographic practices in Europe: A Survey of Lexicographers' Needs for Observer Institutions») та «Terminologue» (Dublin City University, EAFT Summit, Республіка Ірландія, 2023);

6) проведено спільне дослідження з Університетом Жирони «Медіастудії в освітньому процесі зарубіжних ЗВО» (аналіз змісту й обсягу ОП зарубіжних ЗВО, орієнтованих на підготовку пресекретарів та офіційних медіапредставників в умовах глобальних змін);

7) підготовлено міжнародні грантові заявки на: «Erasmus+ Programme» – проєкт «Media Studies in European Dialogue» (620639-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-PROJECT); 2023 Horizon Europe MSCA Postdoctoral Fellowship «The Role of the

Media in Cultural Diplomacy and Cooperation» (Університет Хаєна, Іспанія); «Erasmus Mundus Master in Professional Training for Spokesperson» (2021);

8) участь у літній школі ECREA «Media and Communication Doctoral Summer School» (5.11.08.2024, Роскілле, Данія);

9) популяризовано в соціальних медіа у форматі наукових відеодоповідей на ютуб-каналі – «“Lexical Minimum of Media Scientist”: Reference Learning Edition as an Educational E-Resource», «Distance lexicographic discourse of terminological schools: platforms of communicational interaction» та в онлайн-трансляції на сторінці конгресу «XII Congreso Internacional de Análisis Textual Trama & Fondo, «La Ley» у фейсбуці – «The Law of Ukraine “On Media”: Ethno-cultural Aspects in Public Broadcasters' Official Web Resources».

2. Всеукраїнському –

1) розроблено модуль «Медіаосвіта» / «Медіаосвіта: європейські практики», проведено 13 навчально-тренінгових сесій;

2) створено, поширено в соціальних мережах, упроваджено до освітнього процесу та апробовано понад 1 000 медіапродуктів і/або медіапроектів;

4) опубліковано 6 монографій, 6 навчальних посібників, 3 збірники тез науково-практичних конференцій, 17 наукових статей, які індексовано в наукометричних базах даних «Scopus» та «Web of Science»;

5) популяризовано результати дослідження: а) на українських вебресурсах та інформаційних порталах: Національного інформаційного агентства України «УКРІНФОРМ» (2020) – стаття «Експерти та науковці обговорюють медіазнавство на міжнародній конференції у Києві» (13.11.2020); «Медіаосвіта в Україні: вимога часу чи модний тренд» (19.11.2020); Лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти (2020) – «Круглий стіл “Медіаосвіта та медіаграмотність: досягнення ЄС та перспективи України”» (16.11.2020); СТОПКОРУ – «Як провести успішне інтерв'ю: журналістка СК Лайф виступила на Всеукраїнському круглому столі з медіапросьюмеризму» (17.05.2024); КУСТу – «Новини під час війни: рятувальний круг чи шлях до емоційного виснаження?» (в межах проєкту «Підтримка професійної журналістики під час війни», що реалізується ГО «Інтерньюз-Україна») (05.12.2024); б) на радіо «ТРК Київ» у 2-х програмах «Золота середина», присвячених питанням інформаційної гігієни за часів воєнного стану (03.07–17.08.2024); в) у публікаціях в інформаційно-політичному виданні «Україна молода» – «Медіаінформаційна грамотність громадян як вимога сьогодення: роль медіа в інформаційній просвіті» (08.11.2023) та в газеті «Вечірній Київ» – «Інформаційна не/грамотність... і що нам з цим робити» (09.2024, 2).

3. Університетському –

1) здійснено моніторинг рівня медіаінформаційної грамотності учасників навчально-тренінгових сесій;

2) розроблено 10 навчальних дисциплін із компонентом «медіадослідження» та понад 150 дисциплін, які репрезентують основні напрями й структурні підрозділи медіазнавства;

3) упроваджено до навчальних дисциплін 15 технологій формування професіоналізму фахівців медіа;

4) сформовано та наповнено бази даних – знаннєву; бібліографічну; термінологічну; медіазнавчих інституцій і науково-дослідницьких медіалабораторій, медіацентрів; ОПП та ОНП медіазнавчого циклу; візуальних та аудіовізуальних даних (презентацій, відеороликів про терміни); наукових праць та робочих програм навчальних дисциплін викладачів Факультету журналістики, у яких фігурують терміни з компонентом медіа;

5) розроблено систему медіапрактик зі створення аудіо-, відео- та фотопродуктів, медіатекстів на базі центрів компетентностей та впроваджено в професійну підготовку здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 061 Журналістика [Горбенко, Іващенко 2020, 10, с. 71–76];

6) організовано та проведено Науковим товариством Інституту/Факультету журналістики науковий онлайн-квест «ІЖмедіа у пошуках сенсу» (2021) (<https://www.facebook.com/nt.ij1>) та МедіаГру «Прокачай свою медіаграмотність» (2023), метою яких було поглиблення знань із медійної термінології;

7) проведено ознайомчі лекції «Лексичний мінімум медіазнавця в освітньому процесі» для членів Наукового товариства ФЖ (2021–2023 н.р.);

8) організовано та проведено круглі столи з фахівцями-практиками та студентами: «Медіапросьюмеризм як складова інформаційного суспільства: взаємодія сучасного споживача із засобами масової комунікації» (2019), «Медіапросьюмеризм як явище інформаційного суспільства» (2021–2024);

9) проведено два опитування, у якому взяли участь здобувачі вищої освіти та науково-педагогічні працівники Факультету журналістики – «Про використання Лексичного мінімуму медіазнавця в навчальному процесі Факультету журналістики» (2023) (70 респондентів) та Університету Грінченка – «Обираємо слово року» (2024) (130 респондентів);

10) ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» розміщено на сайті Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (<https://vyaskevych.github.io/LexicalMinimumMediaStudies/>);

11) звіти з наукової роботи Інституту / Факультету журналістики за 2020–2021 / 2021–2022 / 2022–2023 / 2023–2024 / 2024–2025 н.р. та презентації проміжних звітів (листопад 2021, грудень 2023) та завершення дослідження

(грудень 2024) на вчених радах структурного підрозділу та Університету Грінченка.

Рекомендації щодо використання результатів дослідження:

1) науково-педагогічним працівникам та закладам вищої освіти – під час розроблення освітніх програм, навчальних планів, навчально-методичних матеріалів, електронних навчальних курсів для викладання дисциплін медіазнавчого циклу;

2) аспірантам і науковцям – під час написання фундаментальних і прикладних наукових досліджень медіазнавчої проблематики;

3) здобувачам вищої освіти – під час навчання та проходження виробничої практики;

4) медіафахівцям, лексикографам, аспірантам, науково-педагогічним працівникам, науковцям, фахівцям з інформаційно-комунікаційних технологій – для розроблення електронних освітніх ресурсів, укладання навчальних термінологічних словників із метою грамотного використання медійної термінології.

Перспективи подальших досліджень:

1) простежити формування дослідницьких напрямів медіазнавства в слов'янськомовних країнах та проаналізувати медіазнавчу періодику цих країн; зіставити результати;

2) інвентаризувати медіазнавчі інституції, науково-дослідницькі медіацентри й медіалабораторії, ОП та ОНП слов'янськомовних країн Європи; зіставити результати;

3) повторно інвентаризувати з метою виявлення загальних тенденцій:

а) зарубіжну та українську медіазнавчу періодику;

б) медіа- й медіадослідницькі осередки ЗВО України;

в) назви програм медіазнавчого циклу; зіставити результати;

4) розробити моделі предметних сфер усіх розділів медіазнавства за авторською методикою ментально-мовного опису-моделювання;

5) реалізувати подальшу діяльність секторів медіаосвіти, медіавиробництва та медіадосліджень проєкту «Медіахаб Університету Грінченка» в аспекті його впровадження до освітнього процесу Факультету журналістики;

6) для Лексичного мінімуму медіазнавця – регулярно наповнювати основні рубрики та створити:

а) окремий додаток, або додати функціонал до наявного, що дасть змогу редагувати терміни й додавати нові;

б) мобільний додаток для розробленої архітектури.

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ

РОЗДІЛ 1.

ПРОЛЕГОМЕНИ ДО МЕДІАЗНАВСТВА ЯК НОВОЇ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ ГАЛУЗІ ЗНАННЯ

1.1. Теорії медіа і суспільства: класифікація. Формування дослідницьких напрямів та структурних підрозділів медіазнавства

(В. Л. Іващенко, Н. І. Зражевська)

«Однією з ознак становлення медіазнавства як самостійної галузі знання є можливість її структурування за різними дослідницькими напрямами, які сьогодні починають активно формуватися. Ці напрями тісно корелюють із проблематикою теоретичних досліджень медіа, яку репрезентує чимало праць відомих науковців і медіафахівців різних країн світу, зокрема: **канадських** – медіатеоретика, медіаеколога й дослідника засобів електронної комунікації Г. М. Маклуена; дослідника масових комунікацій Г. Інніса; **американських** – професора комунікації та медіазнавства, автора теорії еволюції медіа, публікацій про нові медіа П. Левінсона; медіакритика, дослідника в галузі філософії свідомості Н. Хомського (Чомські); розробника концепції електронної (цифрової) економіки як «переходу від оброблення атомів до оброблення бітів», засновника медіалабораторії Массачусетського технологічного інституту Н. Негропonte; дослідника популярної й телевізійної культури, медіатекстів Дж. Фіске; медіатеоретика, медіакритика, засновника магістерської програми з медіаекології Н. Постмана; **німецьких** – професора медіології, медіатеоретика й засновника медіаархеології З. Зелінські; дослідника в галузі філософії, зокрема обґрунтування теорії телевізійного медіуму, критики медіакультури, логіки та естетики теорії медіа, засновника теорії та історії кіно, фахівця з медіаантропології, медіаісторії, медіакомпаративістики, медіаісторіографії Л. Енгеля; **французьких** – теоретика в галузі комунікацій, одного з перших дослідників зв'язків між естетикою й теорією інформації А. Моля; засновника концепції «суспільства спектаклю» Гі Е. Дебора; медіапедагога, дослідниці проблем медіаосвіти Е. Бевор; засновника медіології, автора поняття «медіакратія» Р. Дебре; медіатеоретика, дослідника впливу цифрових технологій у галузі культури та когнітивних наук, основоположника концепції «колективного інтелекту» П. Леві; соціолога-медіакритика, дослідника телебачення, медіа та культури виробництва П. Бурдьє; **українських** –

медіапедагога, дослідниці в галузі медіаосвіти та медіаосвітніх технологій, проблем медіадидактики, медіакультури Г. В. Онкович; дослідниці в галузі теорії та практики медіапсихології, медіаосвіти та медіакультури Л. А. Найдьонової; фахівця у галузі редагування, соціальних і масових комунікацій, журналістикознавця В. В. Різуна; фахівця у галузі соціальних комунікацій, автора теорії інмутації О. М. Холода та ін. Цей перелік можна продовжувати» [Іващенко 2022, с. 9–10].

Теоретичні пошуки медіазнавців та медіафахівців початки виливаються в різні теорії медіа, які тісно взаємодіють із основними теоріями суспільства, «без яких неможливо зрозуміти і науковий дискурс, що охоплює низку гуманітарних дисциплін, дотичних до теорій медіа, масової культури тощо: 1) теорія масового суспільства; 2) марксизм і неомарксистські теорії; 3) функціоналізм; 4) критична політекономія; 5) модернізація та розвиток; 6) детермінізм комунікаційних технологій; 7) теорія інформаційного суспільства» [Зражевська 2022, с. 11; Зражевська 2022, 4, с. 3–10]. Д. Мак-Квейл на цьому тлі виокремлює основні різновиди теорії медіа та суспільства: 1) макротеорії, що розглядають зв'язки між медіа та іншими соціальними інститутами; 2) власне медійні теорії, зосереджені на медійних інституціях; 3) теорії аудиторій та їхніх потреб. Теорію мас-медіа й теорію суспільства важко чітко розмежувати. З одного боку, мас-медіа залежать від суспільства, а з іншого – мають свій незалежний вплив. (...) Часто на структурування теорії впливає відмінність між правим (консервативним) і лівим (прогресивним) напрямками. На думку Д. Мак-Квейла, можна виділити чотири головні підходи до медійної теорії: 1) медіакультуралістичний, що надає особливої ваги змістові та суб'єктивному сприйняттю медійних повідомлень під впливом особистого оточення; 2) медіаматеріалістичний, який наголошує на структурних і технологічних аспектах медіа; 3) соціокультуралістичний, який першочерговим вважає вплив суспільних чинників на медійну продукцію та її сприймання, а також вивчає функції мас-медіа у суспільному житті; 4) соціоматеріалістичний, що розглядає мас-медіа та їхній зміст головню як відбиток політико-економічних і матеріальних умов суспільства (напр., класових відмінностей)» [Зражевська 2022, с. 12].

«Погляди науковців на роль медіа різняться, і це залежить як від методології і методів дослідження, так і від культурної парадигми, в якій живе і працює науковець. Розглянувши теорії медіа у в'язку із теоріями суспільства, ми побачили, що в теоріях індустріального і постіндустріального суспільства роль медіа є визначальною, а сама теорія медіа починає активно розвиватися саме в період зародження масового інформаційного суспільства. М. Маклюєн вважав, що медіа формують тип цивілізації і культури, що спосіб комунікації, передавання змістів визначає характер суспільств і держав, розширює

можливості людини. Ці твердження і пророцтва гуру комунікації тісно пов'язані з новітніми футурологічними проектами, як-от: теорії сингулярності та трансгуманізму. Медіа та інформація стають необхідною складовою всіх новітніх теорій гуманітарного напрямку. Д. Мак-Квейл одним з перших зробив спробу синхронізації теорії медіа і суспільства і довів, що сучасна медійна теорія повинна розглядатися саме в контексті соціальної теорії. Якщо розглядати основні теорії суспільства (теорію масового суспільства, марксизм і неомарксистські теорії, функціоналізм, критичну політекономію, модернізацію та розвиток, детермінізм комунікаційних технологій, теорію інформаційного суспільства), то слід акцентувати увагу на тому, що більшість з них синхронна з мегатеоріями, а теорії середнього рівня знаходяться в межах певної методологічної парадигми великих теорій. Наприклад, детермінізм комунікаційних технологій як соціальна теорія великою мірою ґрунтується на таких теоріях: єдиного індустріального суспільства (Р. Арон), стадій росту (У. Ростоу), нового індустріального суспільства (Дж. Гелбрейт), постіндустріального суспільства (Д. Белл), надіндустріального суспільства (Е. Тоффлер), технотронного суспільства (З. Бжезинський). Кожна із цих концепцій, особливо Д. Белла і Е. Тоффлера, привнесла в теорію медіа методологічний інструментарій, який дозволив сформувати таку дисципліну, як теорія масової комунікації. Практика свідчить, що історія і теорія медіа лежать у площині соціокультурного дискурсу і не можуть розглядатися поза стосунками медіа із суспільством і культурними трансформаціями» [Зражевська 2022, с. 191–192; Зражевська 2022, 4, с. 3–10].

Теорії медіа та суспільства, наукові парадигми, у яких вони розробляються, історія теоретичних досліджень і концепцій медіа тісно корелюють з основними структурними підрозділами медіазнавства, які сьогодні активно виформовуються на теоретичному тлі. Це зокрема: медіакультурознавство та медіафілософія; медіаісторія / медіаісторіографія; медіаантропологія; медіакомунікації; медіологія; медіаетика; антропологія медіа / медіаантропологія; медіамедицина; медіалінгвістика; медіакритика; медіариторика; медіакомпаративістика; мас-медійне право / право ЗМІ / медіаправо // право ЗМК; екологія масової інформації / медіаекологія; медіадидактика; медіапедагогіка; медіапсихологія; медіаменеджмент; медіаекономіка; соціологія масових комунікацій / соціологія медіа / медіасоціологія та ін.

Аналітичний огляд наукових парадигм, шкіл, теорій, концепцій дослідження медіа, напрямів та структурних підрозділів медіазнавства в історії їх формування та становлення дав можливість систематизувати їх у форматі такої класифікації (див. Рис. 1).



Рис. 1. Систематизація наукових парадигм, шкіл, теорій, концепцій дослідження медіа, напрямів у кореляції зі структурними підрозділами медіазнавства

1.2. Термінологічна інституціоналізація обсягу поняття «медіазнавство». Концептуальне моделювання предметної сфери «медіазнавство» (В. Л. Іващенко)

«Становлення будь-якої галузі знання, окреслення меж функціонування, з'ясування теоретичних і практичних сфер застосування завжди корелює з розробленням її теоретико-методологічних засад та формуванням відповідного термінологічно-поняттєвого апарату як метамови фахового спілкування. Цей процес доволі часто супроводжує: 1) з одного боку, невизначеність титульного терміна на позначення нової галузі знання (...); 2) з другого – концептуальна багатозначність та лексична неоднорідність значення титульного терміна галузі, який претендує на окреслення змістового наповнення відповідного системотвірного наукового поняття» [Іващенко 2022, с. 26–27], що вимагає розроблення авторської методики ментально-мовного моделювання обсягу поняття «медіазнавство» та відповідних предметної і концептуальної сфер, які воно окреслює.

Усе розмаїття визначень поняття «медіазнавство» можна інституціоналізувати за: (1) двома векторами класифікаційних ознак – дескриптивним (ознака ‘вузький – достатній – широкий’) та прескриптивним (ознака ‘нерекомендований – допустимий – рекомендований’); (2) двома параметрами – «зони сусідства» та «рівень концептуалізації / функціональна локалізація» (див. Рис. 2, 3).



Рис. 2. Ментально-мовне моделювання обсягу поняття «медіазнавство»

Параметр «зони сусідства» (горизонтальна площина) визначає обсяг поняття «медіазнавство» та окреслює функціональні межі позначуваної ним предметної сфери – класифікаційна ознака ‘референція – кореференція’, яка актуалізує дві зони сусідства «медіагалузь» (зона референції) і «медіазнавство» (зона кореференції), тісно між собою пов’язані. Зону референції об’єктивують понад 150 предметних субсфер, кожен з яких номінує відповідний термін. Зону кореференції можна структурувати за класифікаційною дихотомічною ознакою ‘зовнішнє – внутрішнє’.

Зовнішньосистемну організацію предметної сфери «медіазнавство» можна змодельовати за ознаками ‘межа – положення «між» і «на межі» – розсіювання меж’ (міждисциплінарні зв’язки сучасного медіазнавства, що формуються на перетині проблематики різних галузей знань, наук та наукових дисциплін, які між собою тісно взаємодіють). Кореляцію між зонами референції (медіагалузь) та кореференції (медіазнавство) актуалізує також класифікаційна дихотомічна ознака ‘теорія – практика’. Зону референції об’єктивує предметна субсфера

Модель за параметром «зони сусідства»

Модель за параметром «рівень концептуалізації»



Рис. 3. Концептуальні моделі предметної сфери «медіазнавство» за параметрами «зони сусідства» та «рівень концептуалізації»

«теорія медіазнавства», зону кореференції – субсфери «медіадіяльність», «медіапрактика(и)», «медіатехнологія(ї)». Ця ж класифікаційна ознака актуалізує також і внутрішньосистемну кореляцію між двома субсферами, зокрема «теорія медіазнавства / теоретичне медіазнавство» – «прикладне медіазнавство», що їх номінують ті ж самі терміни. Внутрішньосистемну організацію предметної сфери «медіазнавство» репрезентує її знаннєвий простір, структурований у наукових парадигмах, парадигмових, крос-парадигмових, аспектних, крос-аспектних та крос-дисциплінарних напрямках досліджень, у наукових школах, теоріях, концепціях. Таку організацію можна змоделювати за такими векторами класифікаційних ознак: (1) 'загальне – часткове – одиничне' (актуалізує кореляцію субсфер «[макро]парадигма / емпірична парадигма» – «парадигмовий / [крос-]аспектний напрям / підхід» – «авторська теорія (концепція) / наукова школа»); (2) 'старе / традиційне – нове' (актуалізує кореляцію субсфер «традиційне журналістикознавство / традиційна школа журналістики» – «нова школа медіології» / «медіазнавства» / «нові медіадослідження») [Іващенко 2022, 29–33].

Параметр «рівень концептуалізації» (вертикальна площина) дає можливість здійснити поділ поняття «медіазнавство» та виявити рівневу організацію понять предметної сфери «медіазнавство»; його конкретизує концептуальна ознака 'ступінь узагальнення знань', яка актуалізує два ряди концептуальних відношень, зокрема: 1) такі, що спричиняють різночитання,

авторську аспектуалізацію й відповідно невизначеність рівня концептуалізації поняття «медіазнавство»; 2) такі, що структурують поняття «медіазнавство» за його послідовним логічним поділом, який у предметній сфері «медіазнавство» об'єктивує субсфери «аспектний напрям медіадосліджень» > «розділ / підрозділ / галузь медіазнавства» (інституціоналізуються або виявляють тенденцію до формування в різних країнах по-різному) [Іващенко 2022, с. 33–35].

Деякі терміни на позначення розділів медіазнавства досі не мають визначень своїх понять, оскільки вони лише формуються. Заповнення цієї прогалини та формулювання визначень окремих розділів теоретичного медіазнавства, які сьогодні перебувають на етапі інституціоналізації репрезентує Табл. 1.

Табл. 1. Авторські визначення термінів на позначення розділів теоретичного медіазнавства

<i>теорія медіазнавства / теоретичне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на 1) вивчення а) змістового наповнення, системної організації та специфіки медіазнавства як науки про медіа, її місця в структурі інших наук і наукових дисциплін, б) основних функцій та засад, природи й типологічних різновидів медіа, в) особливостей розвитку дослідницьких напрямів, методів опису медійної комунікації, г) окремих явищ та процесів у медіагалузі; 2) аналіз накопичених у науці про медіа знань; 3) розроблення нових медіатеорій та концепцій розвитку медіа в інформаційних суспільствах тощо;
<i>методологія медіазнавства</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на вивчення методів і технік медіазнавчих досліджень;
<i>загальне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на узагальнення теоретичного доробку в різних країнах, виявлення загальних властивостей, проблем та процесів, які відбуваються в медіагалузі;
<i>типологічне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на зіставні дослідження особливостей типологічних різновидів медіа та предметів, процесів і явищ, пов'язаних із ними, із метою з'ясування спільних ознак і характеристик медіа та специфіки окремих медіа, що передбачає розроблення наукових класифікацій і типології медіазнавчих дисциплін;
<i>порівняльне медіазнавство / компаративне медіазнавство / медіакомпаративістика</i>	розділ медіазнавства, орієнтований 1) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіа й предметів, процесів і явищ, пов'язаних із ними, у різних країнах; 2) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіагалузі в тій чи іншій країні;

<i>дискурсивне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на вивчення різних типологічних різновидів медіадискурсу (Мірошниченко 2016), в якому відбиті настрої представників суспільства різних сфер діяльності;
<i>історіографія медіазнавства / історія медіазнавства</i>	як складник історіографії науки загалом – розділ теорії медіазнавства, орієнтований на історію становлення науки про медіа як історію формування її предмета, медійних учень, медіатеорій, медіазнавчих шкіл, напрямів, парадигм та методологій медіазнавчих досліджень;
<i>прикладне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на медіатехнології й специфіку роботи медіафахівців, на вироблення практичних принципів і рекомендацій щодо впровадження сучасних медіапрактик, їхній опис, оцінювання та використання (підпорядковане певній практичній меті);
<i>галузеве медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, який вивчає специфіку функціонування медіа в різних галузях знань, зокрема й у конкретних спеціалізованих (вузькогалузевих) сферах діяльності;
<i>історичне медіазнавство</i>	розділ медіазнавства, орієнтований на вивчення медіаісторії / історії медіа з метою з'ясування загальних тенденцій їх формування й розвитку [Іващенко 2022, с. 36–37].

1.3. Освітні та освітньо-наукові програми медіазнавчого циклу дисциплін в освітньому процесі закладів вищої освіти зарубіжжя та Факультету журналістики Університету Грінченка (В. Л. Іващенко, О. Д. Гондюл, О. В. Харченко, М. М. Нетребя)

З огляду на занепокоєння в 2017 році деяких науковців, що «медіадослідження навіть не згадують у сучасних концепціях «освіти в цифровому світі», було висловлено думку, що саме «медіадослідження повинні розробити концепцію освіти в медіакультурі, сформованій цифровими технологіями. Благородне небажання, з яким медіадослідження досі проявляли себе щодо питань освіти, школи та навчання, безсумнівно, зіграло вирішальну роль у тому, що медіазнавство стало сліпою плямою в освітній політиці. (...) Найактуальнішим завданням сьогодні є переформулювання сучасних медіапедагогічних концепцій з погляду медіанауки (...). Мета – подолання сліпих плям в освітній політиці за допомогою медіанаукового досвіду, особливо

щодо поточного дискурсу медіаосвіти та розроблення навчальних програм, пов'язаних із медіа. Це стосується, наприклад, розуміння медіакультур та динаміки розвитку, соціальної значущості медіа й цифрових засобів, функцій традиційних медіа, тріади медіакультура, технологія і практика, а також відображення візуальних медіа та рухомих зображень. Затребуваними з погляду медіанауки є такі теми, як великі дані, інтернет речей, робототехніка, трансгуманізм тощо. Наразі важливо також: підтримувати медіанаукові дослідження з питань освіти; розробляти навчальні програми з медіазнавства для підготовки вчителів; створювати навчальні програми з медіанауки для освіти дорослих у галузях, пов'язаних із медіа; розробляти навчальні матеріали з медіанауки для викладання (Forum Bildung 2017)» [Іващенко 2022, с. 18–19].

У цьому аспекті проаналізовано 228 ОП та ОНП 13 країн світу, у назвах яких засвідчено титульні терміни *медіазнавство*, *медіадослідження*, *медіанаука* (англ. *Media Studies*, *Media Research*, *Media Science*). Таких програм бакалаврського рівня більшою мірою з компонентом «Media Studies» було інвентаризовано 153, магістерського рівня з компонентами «Media Studies», «Media Research», «Media Science» – 51 і третього (освітньо-наукового) рівня переважно з компонентом «Media Studies» – 24. Результати інвентаризації зафіксовано в таблицях, розроблених для кожної з аналізованих країн. Див. приклад такої таблиці (Табл. 2) для Великої Британії та Ірландії [Ivashchenko, Hondiul 2024, 50].

Табл. 2. Освітні та освітньо наукові програми медіазнавчого циклу дисциплін у ЗВО Великої Британії та Ірландії

Категорія	Формат <i>Media Studies</i>	Назва вищого навчального закладу або навчальної установи	Країна
Освітні бакалаврські програми	BA in Journalism with Media Studies	Університет Портсмута https://www.port.ac.uk/	Велика Британія
	BA in Media Studies		
	BA in Media Studies	Лінкольнський університет https://www.lincoln.ac.uk/home/	Велика Британія
	BA in Communications – Media Studies	Річмонд, Американський міжнародний університет у Лондоні https://www.richmond.ac.uk/	Велика Британія
	BA in Media Studies	Університет Кента https://www.kent.ac.uk/	Велика Британія
	BA Drama and Media Studies		
	BA Art History and Media Studies		

	BA Film Studies and Media Studies	Університет Англія Раскін https://aru.ac.uk/	Велика Британія
	BA English and Media Studies	Сассекський університет https://www.sussex.ac.uk/	Велика Британія
	BA German and International Media Communications Studies	Нотінгемський університет https://www.nottingham.ac.uk/	Велика Британія
	BA Media Studies and English Literature	Бангорський університет https://www.bangor.ac.uk/	Велика Британія
	BA in Media Studies	Університет Східної Англії https://www.uea.ac.uk/	Велика Британія
	BSc Communication and Media Studies	Брунельський університет Лондона https://www.brunel.ac.uk/	Велика Британія
	BA Media and Communication Studies	Університет Аберітствіта https://www.aber.ac.uk/en/	Велика Британія
	BA Media, Communication and Cultural Studies	Університет Ньюкасл https://www.ncl.ac.uk/	Велика Британія
	BA in Media Studies	Брайтонський університет https://www.brighton.ac.uk/	Велика Британія
	BA in Media Studies	Університет Халла https://www.hull.ac.uk/	Велика Британія
	BA Film and Media Studies	Манчестерський метрополітан Університет https://www.mmu.ac.uk/	Велика Британія
	BA New Media Studies	Інститут мистецтва, дизайну та технологій Дюна Лагера https://iadt.ie/	Ірландія
	BA English, Media and Cultural Studies		
	BA Media Studies	Національний Ірландський Університет в Мейнуті https://www.maynoothuniversityinternational.com/	Ірландія
	BA English and Media Studies	Ірландський національний університет в Голуеї http://www.nuigalway.ie/	Ірландія
Освітні магістерські програми	MA in Journalism and Media Studies	Університет Сассекса https://www.sussex.ac.uk/	Велика Британія
	MA in Media and Cultural Studies		

	MA in Media and Cultural Studies	Лінкольнський університет https://www.lincoln.ac.uk/home/	Велика Британія
	MA in Media and Cultural Studies	Бірмінгемський університет https://www.birmingham.ac.uk/	Велика Британія
	MA in International Media and Communications Studies	Нотінгемський університет https://www.nottingham.ac.uk/	Велика Британія
	MA in Cross-Cultural Communication and Media Studies	Університет Ньюкасл https://www.ncl.ac.uk/	Велика Британія
	MA in Media and Cultural Studies		
	MA in Media and Communication Studies	Університет Свонсі https://www.swansea.ac.uk/	Велика Британія
	MA in Media Studies	Університет Мейнута https://www.maynoothuniversity.ie/	Ірландія
	MA in Media Studies	Mary Immaculate College. Університет Лімеріка https://www.mic.ul.ie/	Ірландія
Аспірантура (дослідницькі програми) Research Degrees:	PhD in Media and Communication Studies	Університет Свонсі https://www.swansea.ac.uk/	Велика Британія
	Media Studies: PhD in Media and Film Studies	Школа східних і африканських досліджень Лондонського університету https://www.soas.ac.uk/	Велика Британія
	PhD in Media Studies	Університет Мейнута https://www.maynoothuniversity.ie/	Ірландія
	PhD in Media and Cultural Studies	Лінкольнський університет https://www.lincoln.ac.uk/home/	Велика Британія
	PhD in Media and Cultural Studies	Міський університет Бірмінгема https://www.bcu.ac.uk/	Велика Британія
	PhD in Media and Cultural Studies	Університет Ньюкасл https://www.ncl.ac.uk/	Велика Британія

Такі програми дисциплін, щоправда, в назві яких фігурують лише титульні терміни *медіадослідження* та *медіастудії*, з 2019 року впроваджуються також до освітнього процесу Інституту / Факультету журналістики Університету Грінченка. Це зокрема:

- «Методологія медіадосліджень: [глобальні та локальні медіа] // [аналітика і прогностика]» ([2019], 2020, МР, ОП «Журналістика»);
- «Методологія медіадосліджень: медіааналітика // візуалізація даних» (2020, [2022], МР) – ОП «Медіакомунікації»);
- «Європейські медіастудії», «Американські медіастудії» (2020, БР, ОП «Міжнародна журналістика»);
- «Основи медіадосліджень» (2023, МР, ОП «Медіакомунікація»);
- «Науковий семінар із медіадосліджень» (2022, ОНП, «Журналістика»);
- «Інтернет-комунікації у медіадослідженнях» (2022, ОНП);
- «Сучасні медіадослідження та цифрові технології» (2023. МР, «Міжнародні медіа та цифрові комунікації»).

Ще одним із різновидів освітніх та освітньо-наукових програм медіазнавчого циклу дисциплін є такі, у назвах яких засвідчено терміни з компонентом *media-*. Для прикладу, у 8-ми країнах для магістра з журналістики затребуваними є 12 ОП, у межах яких нараховано 29 навчальних дисциплін основного блоку та 15 вибіркового [Netreba та ін. 2021, р. 1619–1625; Харченко 2023, 2(16), с. 63–69; Netreba, Horbenko 2020, с. 6849–6855]. Для зіставлення: на Факультеті журналістики Університету Грінченка у період з 2019–2023 рр. для магістерського рівня ОП «Журналістика» викладалося 23 навчальні дисципліни, у назві яких засвідчено компонент *media-*, з-поміж яких лише одна – з каталогу вибірових (див. Табл. 3–4).

Табл. 3. Навчальні дисципліни медіазнавчого циклу для магістрів із журналістики зарубіжних ЗВО

ЗВО/Країна/ОП	Основний блок	КВД
The Master of Science in Communication Studies: Journalism and Media in Europe (Vrije Universiteit Brussel, Brussels, Belgium)		- European Media Markets - Media, Culture and Globalisation Theories
MA in Journalism (Oxford Brookes University Headington, United Kingdom)	- Media Law and Ethics (20 credits) - Media Power and Public Affairs (20 credits)	
MA in Journalism (Boston University –College of Communication, Boston, USA)	- Media Law/Ethic	- Media Criticist - Designing Media - The Presidency and the Media
MA in Journalism (University of Lincoln All Locations, Lincoln, United Kingdom)	- Media Law (Core)	

MA in International New Media Journalism (L'Ecole Du Journalisme de Nice, All Locations, Nice, France)	- Digital Tools – Web and Social Media (5 ECTS)	
M.A. in Arts Journalism and Communications (Syracuse University – S.I. Newhouse School of Public Communications, All Locations, Syracuse, USA)	- Media Law	- Culture Media Practicum
M.A. Digital Journalism (HMKW, All Locations, Berlin, Cologne, Frankfurt, Germany)	- General Modules: Optional subjects e.g. Media Law, Media Asset Management, Intercultural Management, Media Psychology; - Specific Modules e.g.: Journalistic methods like research, writing, editing, presentation and cross-media journalism or journalism in convergent media	
Media and Journalism MA (Newcastle University Newcastle upon Tyne, United Kingdom)	- Researching Media, Journalism and Communications - Multimedia Journalism 1: Newsgathering, Production and Dissemination - Media Analysis 20 - Dissertation for MA Media and Journalism	- Freelancing in Media and Communications (20) - International Media and Law (Semester 2 – 20)
Master in Journalism and Social Communication (University of Wrocław, Wrocław, Poland)	- Media Genres - Methods of Media Research - Local Media - Media Systems in Europe - Social and Cultural Media Influence - Analysis of Media Discourse - Media Law and Copyright - Media Ethics - Media Relations and Media Planning - Social Media Communication	

Master in International Journalism Studies (Hong Kong Baptist University School of Communication, Hong Kong)	- Multimedia Journalism - Media Law & Ethics for International Journalism	- Research Methods in Media and Communication - Big Data Analytics for Media and Communication - Media and Communication in Chinese Societies - Media Law and Ethics - New Media Workshop - Media Markets - Public Administration & the Media
MA in Digital Media, Communication and Journalism (Aristotle University of Thessaloniki School of Journalism and Mass Communications, Thessaloniki, Greece)	- Digital Media, Culture, and Communication	
Master in Digital Journalism and Design (University of South Florida St. Petersburg - College of Arts & Sciences, Saint Petersburg, USA)	- Digital Media and Democracy - Digital Media Technology - Social Media - Digital Media Ethics and Law	

Табл. 4. Навчальні дисципліни медіазнавчого циклу для магістерського рівня ОП «Журналістика» Факультету журналістики Університету Грінченка

	Основні дисципліни	Спецкурси / дисципліни за вибором
2019	- Технологія створення медіатексту - Медіакультура - Медіаосвіта - Медіаправо - Медіаполітика - Світові медіасистеми - Медіапсихологія - Соціологія медіа - Медіаменеджмент та медіамаркетинг - Крос-медійна журналістика - Медіакритика	

2020	- Теорія і практика новітніх медій - Медіакомунікації в глобальному просторі - Психологія соціальних медіа - Візуалізація медіаконтенту	Пропаганда та медіатехнології у спорті
2022	- Теорія і практика новітніх медій - Медіакомунікації в глобальному просторі - Візуалізація медіаконтенту - Аналіз медіаринку, Контент-маркетинг у цифрових медіа, Медіааналітика	
2023	- Суспільне мовлення в сучасному медіапросторі - Організація та управління медіаустанов та інституцій - Візуалізація медіаконтенту: більд-редагування	

Узагальнено статистику інвентаризації ОП та ОНП медіазнавчого циклу дисциплін у зарубіжних ЗВО та в Україні, у назві яких зафіксовано компонент *media*- див. Рис. 4.

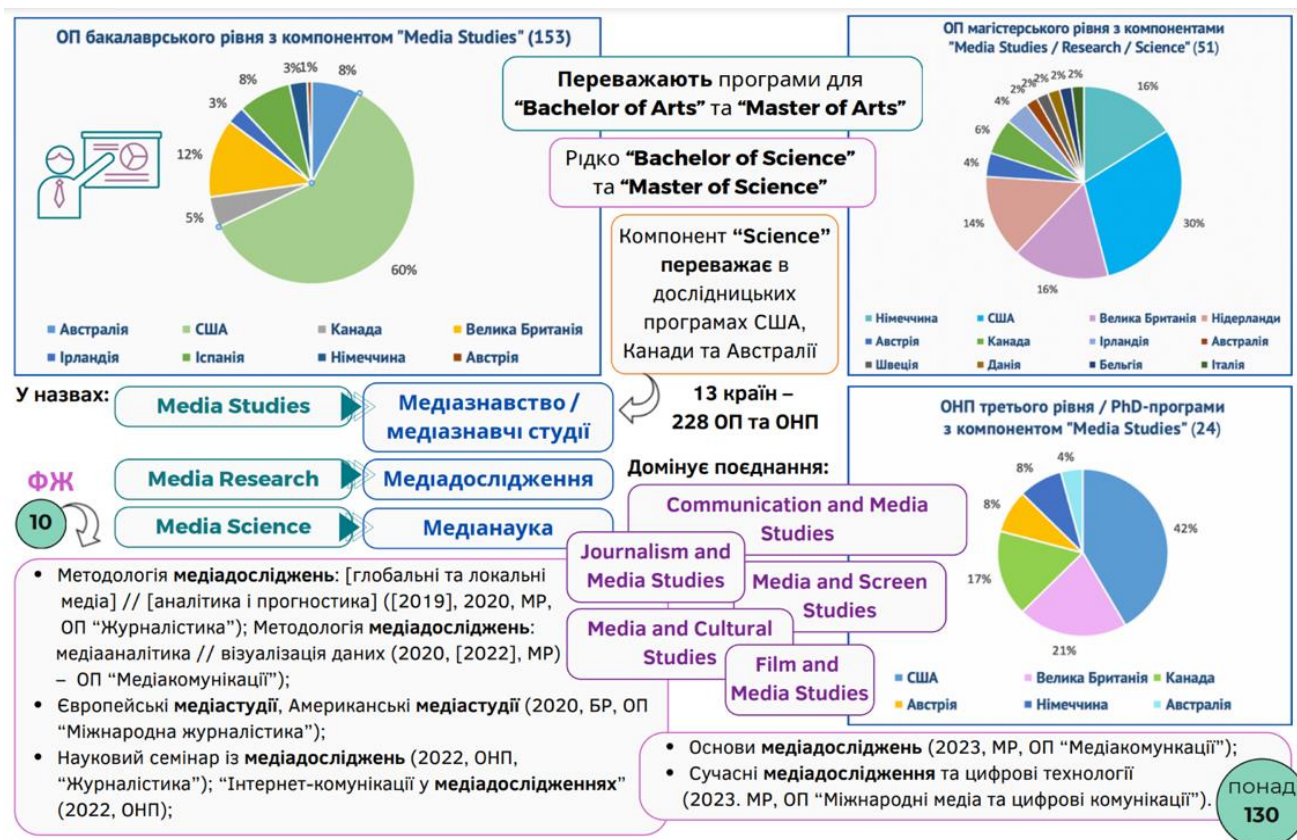


Рис. 4. Світова практика та досвід Факультету журналістики Університету Грінченка щодо впровадження ОП та ОНП медіазнавчого циклу дисциплін до освітнього процесу ЗВО

1.4. Довідкові видання та медіазнавча періодика (В. Л. Іващенко)

Важливою ознакою становлення нової дослідницької галузі знання є поява термінологічних словників та наукових періодичних видань за титульною назвою галузі або за назвами її структурних підрозділів. Узагальнення досвіду Німеччини, Італії, Франції, Великої Британії та України засвідчив, що «лідером періодичних видань, орієнтованих на медіазнавчу проблематику, у назві яких відбито титульний термін на позначення нової міждисциплінарної галузі знання та деяких її структурних підрозділів, з-поміж зазначених країн залишається Німеччина. Проблематика цих журналів засвідчує формування таких дослідницьких напрямів та структурних підрозділів медіазнавства: культурологія медіадосліджень, медіаантропологія, медіаекономіка, медіакомунікативістика, медіаекологія, медіаестетика, медіаархеологія, епістемологія медіа / медіаепістемологія, медіологія та медіакомпаративістика» [Іващенко 2022, с. 21–22], що систематизовано на Рис. 5.



Рис. 5. Довідкові видання та медіазнавча періодика Німеччини, Італії, Франції, Великої Британії, України в кореляції зі структурними підрозділами медіазнавства

Яскравим прикладом репрезентації осововних структурних підрозділів медіазнавства саме в науковій періодиці є «Журнал із медіазнавства» («Zeitschrift

für Medienwissenschaft», ZFM) (Німеччина, 2009—...), у якому кожен випуск фактично представляє окремий напрям медіазнавства (див. Табл. 5).

Табл. 5. Зміст випусків «Журналу із медіазнавства»

вип. 24	занепокоєння щодо практик та методів, пов'язаних із політикою афектів і маніпулятивних форм керування масами через медіа; вплив медіа на споживачів інформації в різних культурах з огляду на політичні та економічні аспекти; контроль медіа; переосмислення політичних вимірів медіакультур в історичному, технічному та естетичному вимірах;
вип. 23	функціонування медіа в гуманітарних та соціальних науках;
вип. 22	вивчення різних форматів та перспектив взаємодії фільмознавства й медіанауки, історичного розвитку технічних аспектів медіа, керування медіадодатками, адміністрування медійних програм та апаратури;
вип. 21	взаємозв'язк медіа, штучного інтелекту та нейронних мереж, визначення ролі медіа в навчанні й стосовно розвитку технологій, історії ідей та знань, а також соціально-технічних уявлень навколо штучного інтелекту;
вип. 19	пошук дослідницьких об'єктів медіанауки; аналіз артефактів медіа та форм їх виробництва, епістемологічне структурування відповідно до умов виробництва знань; роль медіа у виробництві та поширенні «фейкових новин»; вивчення медіапрактик, технік, політичних та естетичних аспектів щодо представлення правдивої інформації чи спотворених фактів;
вип. 18	медіаекономіка та керування медіакомунікацією; вивчення різних підходів до моделювання взаємозв'язку між медіа та економікою;
вип. 17	психологічні аспекти дослідження медіа, зокрема в контексті психоаналізу; взаємозв'язку між різними теоріями щодо медіа та психологічними теоріями;
вип. 16	формування медіаобразу відомих людей через рекламу, соціальні медіа та аналіз цього процесу в різних медіакультурах;
вип. 15	розкриття соціальних, психологічних та антропологічних аспектів функціонування цифрових медіа в усіх можливих формах (мобільних пристроїв, розумних або сенсорних середовищ, систем відстеження контактів або в контексті «афективних обчислень» тощо);
вип. 14	медіаекологія в аспекті глобальних дискусій про причини кліматичних змін, планетарний бюджет, технічну інфраструктуру, штучне середовище й втручання в наявні екосистеми, що змінює взаємозв'язок між технологіями, культурою та природою, а також впливає на використання термінів та понять у дослідженнях медіа;
вип. 13	використання спецслужбами медіатехнологій для спостереження та контролю інформації в мережі «Інтернет»; розроблення медіанаукової теорії нагляду та контролю;
вип. 12	історія взаємодії медіа та архітектури в аспекті вивчення медіадіяльності архітектури, технічних структур, теоретичних концепцій та соціальних моделей, що створюють нову архітектуру;
вип. 11	вивчення специфіки медіа, орієнтованих на автентифікацію, доказування, реєстрацію, засвідчення певних фактів, отримання доказів, достовірність та

	правдивість представлення інформації в документах і документальних фільмах, які влада може використовувати для спотворення документально підтвердженої істини;
вип. 10	аналіз сучасного стану медіадосліджень;
вип. 9	виявлення культурних знань про медіа за допомогою реклами;
вип. 8	медіаестетика як вироблення суб'єктивності, що поєднується із загальною кібернетизацією способу життя, як переоцінювання естетичного з огляду на сучасну медіатехнологічну ситуацію, яка протягом останніх 20-ти років увійшла до культури й створила масштабні медіа XXI століття, засновані на мережі;
вип. 7	серійне виробництво, структура та естетика серійності часу й поведінки, принцип серії в науці; мистецтво та філософські роздуми щодо суттєвих ознак сучасності, тісно пов'язаних із циклічним промисловим виробництвом та серійними виробничими процесами, що розпочалися в XIX столітті, коли з'явилися такі серійні медіа, як романи, комікси, журнали; збільшення серійного й відповідно медіасерійного виробництва, що спричинило перехід медіа до класу мас-медіа;
вип. 6	взаємовплив соціотейорій та медіадосліджень в аспекті взаємодії соціотехнологій та медіаархеології як кореляції «технічного» та «соціального»;
вип. 5	перегляд традиційної дихотомії «емпіричні – неемпіричні методи отримання знань» у сучасних медіадослідженнях з огляду на критичний аналіз емпіричних процесів та зміну загальновизнаної концепції новими емпіричними концепціями, заснованими на медіатехнологіях;
вип. 4	пошук відмінностей між людьми, тваринами та машинами за допомогою медіа як технічних засобів отримання певної інформації, що розширює епістемологічні, естетичні та політичні виміри;
вип. 3	епістемологія медіа / медіаепістемологія, яка розкриває взаємодію медіатехнологій, інституцій, об'єктів: малювання та фотографія, живопис і цифровий запис, мікрофільм і бібліотека, партитура та фільм, блокнот і смартфон, архітектура та наука;
вип. 2	визначення основних функцій медіа щодо культурних технік та медіапрактик, знань і теорій, зокрема у сферах письма та свідомості, сприйняття звуків і музики, фільму та ментальних рухів тощо;
вип. 1	з'ясування мотивів медіадосліджень у різних аспектах, зокрема як способів мислення, як мотивації щодо використання різних медіа, як зберігання мотивів, їх пошуку в людській ментальності з огляду на історію пізнання.

1.5. Діяльність медіазнавчих інституцій: Україна та світові практики

(В. Л. Іващенко, О. Д. Гондюл, О. В. Харченко)

Наступною ознакою інституціоналізації медіазнавства є створення спеціальних інституцій (інститутів, факультетів, кафедр, асоціацій, товариств, лабораторій, центрів тощо), які опозиціонують себе як такі, що здійснюють діяльність в окресленій галузі знання, відповідно використовуючи в назві саме

титульні терміни *медіазнавство*, *медіадослідження*, *медіанаука*. Узагальнення досвіду створення таких інституцій, за аналізом 86-ти зарубіжних закладів вищої освіти в 11-ти країнах, засвідчив наявність 31 інституції у 8-ми країнах. Аналіз 29-ти ЗВО України виявив лише 2 такі інституції. Зарубіжні медіазнавчі інституції репрезентують різні структурні підрозділи медіазнавства (див. Рис. 6).

«У європейських країнах сприяють створенню медіазнавчих інституцій, які популяризують медіанауку в різних її дослідницьких напрямках (медіархеологія, медіакритика, медіадизайн, медіаестетика, медіафілософія, медіасеміотика, медіакультурологія) із метою активного впровадження в освітню практику та подолання прогалів в європейській освітній політиці, яка свого часу не враховувала медіанауковий досвід» [Іващенко 2022, с. 16–21].

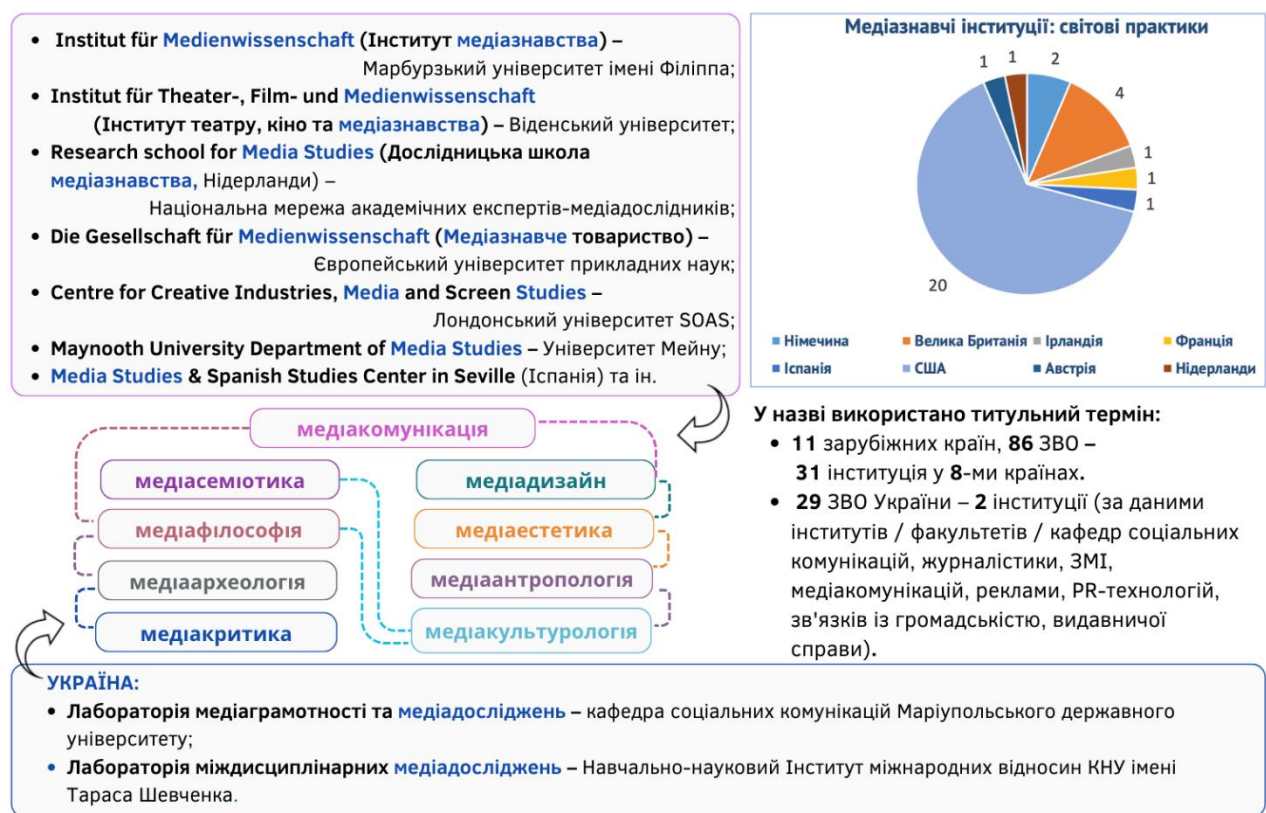


Рис. 6. Медіазнавчі інституції зарубіжних та українських ЗВО в кореляції зі структурними підрозділами медіазнавства

Більшість таких інституцій у зарубіжних країнах є науково-дослідницькими осередками. Із 86-ти проаналізованих ЗВО в 11-ти країнах 70 – це науково-дослідницькі осередки. Див. відсоткове та типологічне співвідношення таких інституцій та назви на прикладі Великої Британії на Рис. 7

Із 29-ти українських ЗВО науково-дослідницький компонент містять лише 6 осередків (переважно лабораторій, хабів, шкіл, центрів, студій) (Рис. 8).

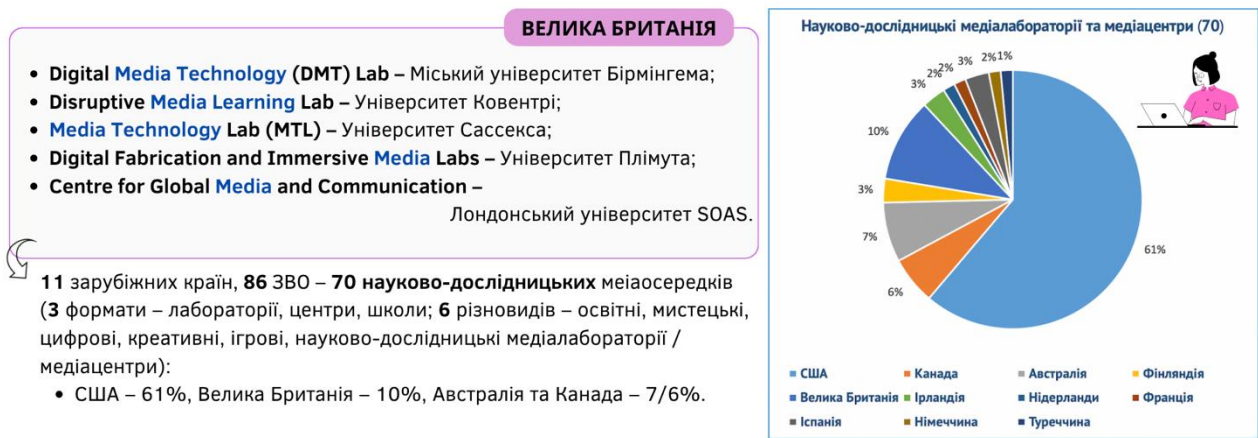


Рис. 7. Медіазнавчі інституції зарубіжних ЗВО,
що містять науково-дослідницький компонент

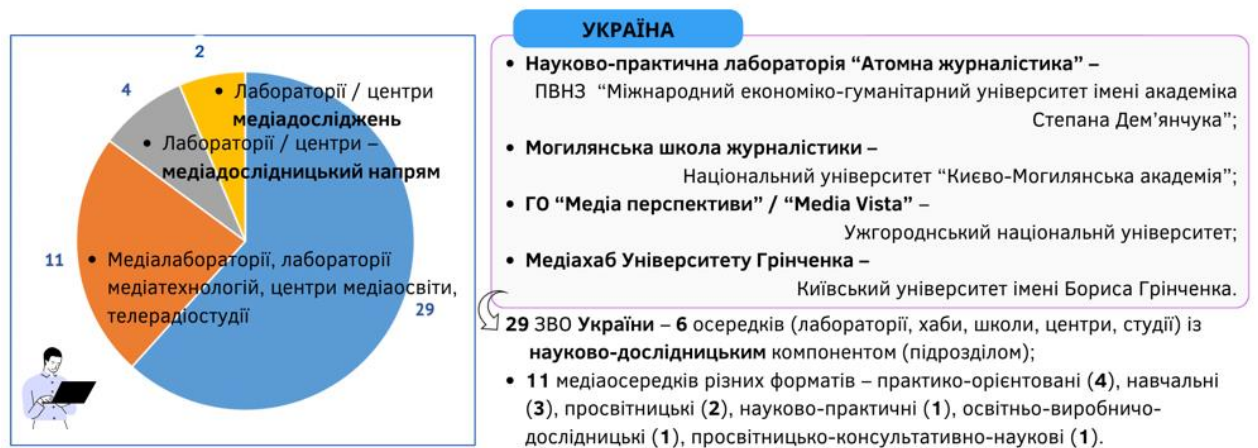


Рис. 8. Медіазнавчі інституції українських ЗВО,
що містять науково-дослідницький компонент

11 українських медіаосередків опозиціонують свою діяльність як: практико-орієнтовані, навчальні, просвітницькі, науково-практичні, освітньо-виробничо-дослідницькі, просвітницько-консультативно-наукові. За типологічним статусом це переважно медіалабораторії, лабораторії медіатехнологій, центри медіаосвіти та телерадіостудії.

РОЗДІЛ 2.

НЕФОРМАЛЬНА МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

2.1. Центри неформальної медіаосвіти в країнах ЄС та в Україні

(Г. В. Горбенко, Я. С. Фруктова, О. Д. Гондюл)

Подальший дослідницький пошук зосереджує увагу на узагальненні сучасного досвіду неформальної медіаосвіти в країнах ЄС та в Україні, що дало можливість окреслити та проаналізувати основні напрями діяльності центрів медіаосвіти у країнах ЄС, зокрема з високим індексом медіаінформаційної грамотності МІГ:

- 1) науковий (дослідження медіаструктур, впливу медіа на особистість та суспільство, рівня медіакомпетентності певних груп тощо);
- 2) методичний (розроблення змісту програм, тренінгів, засобів діагностики тощо);
- 3) навчальний (проведення лекцій, семінарів, тренінгів);
- 4) організаційний (організація та проведення наукових досліджень, конференцій, фестивалів тощо);
- 5) видавничий (наукові, методичні та навчальні посібники тощо).

З'ясовано також, що:

- цільовою аудиторією таких центрів у європейських країнах є аудиторія різного вікового та професійного спектру (учні, педагоги, психологи, бібліотекарі, громадські активісти, фахівці медіасфери, безробітні);
- центри мають диференційовані джерела фінансування (держбюджет, гранти, бізнес-структури та інші) та інформаційну підтримку регіональних медіа [Горбенко, Фруктова 2020, с. 296–335].

Простежено діяльність центрів неформальної медіаосвіти Великої Британії, Німеччини, Австрії, Франції, Фінляндії, Швеції, України.

Див. особливості такої діяльності на прикладі Шотландської асоціації медіаосвіти («AMES») (Рис. 9), Державного національного медіаосвітнього центру («CLRMI») у Франції (Рис. 10), Державного медіацентру Баден-Вюртемберг, Порталу для шкільної та позашкільної освіти, Системи міських муніципальних медіацентрів в Німеччині (Рис. 11), Медіацентру Університету Грінченка (Рис. 12).



Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Великій Британії

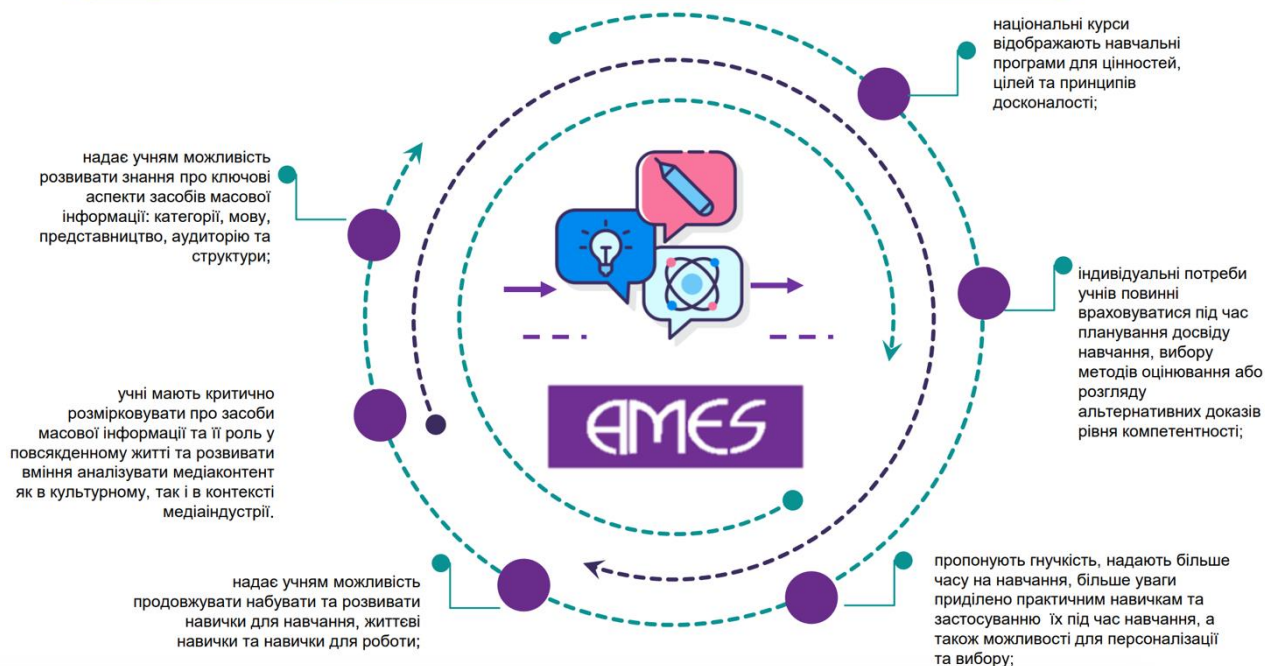


Рис. 9. Основні напрями діяльності Шотландської асоціації медіаосвіти («AMES»)



Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Франції



**Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information**



Державний національний медіаосвітній центр

Основні завдання центру:

- вивчення ключових понять «медіаагентства», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа»;
- розвивати критичне мислення шляхом порівняння різних джерел інформації і формувати більш активних і відповідальних громадян;
- розвивати дух толерантності, здатність почути аргументи один одного, розуміння плюралізму ідей, їх відносності;
- презентувати медіа як засіб самовираження людини, як засіб її культурного розвитку;
- впровадити динамічні педагогічні інновації, що стосуються навчальних закладів усіх рівнів;
- покінути з ізоляцією школи від медіа, тобто встановити тісні відносини з життєвими реаліями;
- використовувати переваги специфічних форм друкованої та аудіовізуальної культури у сучасному суспільстві.

Рис. 10. Завдання Державного національного медіаосвітнього центру («CLRMI») у Франції



Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Німеччині

Державний медіацентр Баден-Вюртемберг



- виконання завдань, що виникають у результаті використання аудіовізуальних та цифрових засобів масової інформації у виховній та навчальній роботі державних шкіл
- постійне підвищення кваліфікації, а також консультування та навчання вчителів

Портал для шкільної та позашкільної освіти



- захист неповнолітніх у засобах масової інформації, зокрема тренінг «З медіаграмотністю проти кібержостокого поводження та насильства у школі»
- програма медіанаставників (шкільних, сімейних, осіб третього віку)

Система міських муніципальних медіацентрів



- кіноосвіта як окремий блок навчальних програм та культурно-історична фотодокументація
- забезпечення захисту особистих даних

Рис. 11. Напрями діяльності центрів медіаосвіти в Німеччині

МОДЕЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІАЦЕНТРУ

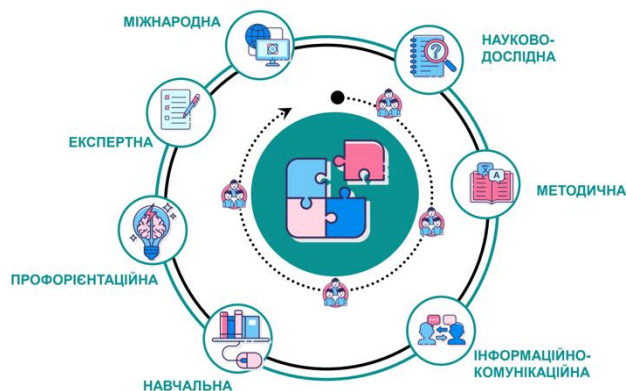


Рис. 12. Модель та результати діяльності Медіацентру Університету Грінченка

У 2021 році було розроблено авторську концепцію діяльності Центру медіаосвіти Університету Грінченка, відповідно до якої він опозиціонувався як:

- 1) тренінговий центр (надання медіаосвітніх послуг різним цільовим групам);

2) експериментальний майданчик (для виявлення та вимірювання у споживачів послуг медіаосвітніх потреб, рівня МІГ; обґрунтування їх індикаторів, формування бази діагностичних засобів; розробка та апробація змісту модулів медіаосвітніх курсів);

3) платформа для комунікації між науковцями, експертами, фахівцями медіасфери та споживачами медіаресурсів (проведення консультацій, круглих столів, воркшопів, вебінарів з актуальних аспектів свідомого медіаспоживання);

4) база практики (для студентів різних спеціальностей Університету Грінченка);

5) івент-простір (конкурси, форуми, фестивалі, дні відкритих дверей).

Основними результатами впровадження проєкту «Медіацентр Університету Грінченка» (2021–2023) стали такі:

1) позиціонування університету як сучасного, інноваційного закладу освіти; підкріплення позитивного зовнішнього іміджу серед абітурієнтів, педагогів, батьків, науковців, роботодавців, грантодавців;

2) практико-орієнтоване навчання студентів: проходження практики, виконання бакалаврських та магістерських проєктів, підготовка майбутніх фахівців до реагування на виклики сьогодення (інформаційні війни брендів, країн, маніпулятивні технології, кіберзагрози тощо);

3) формування відкритого поліфункціонального освітнього середовища (неформальна та інформальна освіта киян);

4) організація дослідницького простору із сучасним обладнанням, розширення напрямів наукової діяльності, навчання, засноване на дослідженнях;

5) посилення міжнародної співпраці (участь у грантових проєктах, публікація результатів дослідження у міжнародних виданнях, програма академічної мобільності, стажування викладачів);

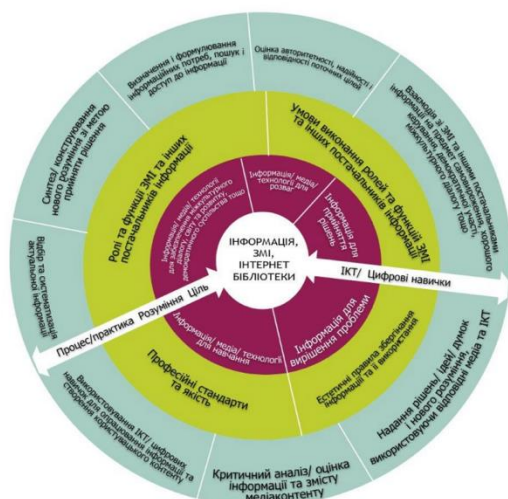
6) взаємодія з медіаструктурами (експертизи, фокус-групи, розроблення проєктів на замовлення, навчання, засноване на дослідженнях) [Horbenko, Fruktova, Hondiul 2020, 4, p. 103–109].

Такі центри сприяють формуванню медійної та інформаційної грамотності (МІГ), а також цифрової компетентності громадян, що стало одним із пріоритетів політики та стратегії ЮНЕСКО (2013, 2020) (див. Рис. 13). Основними завданнями такої політики стали:

1) фінансування міністерствами або іншими державними органами значної кількості суб'єктів та проєктів (частково або повністю), які займаються питання формування МІГ;

2) створення урядових органів із медіаосвіти;

- 3) визначення основних зацікавлених сторін, які мають встановлену законом відповідальність за формування медіаграмотності громадян (органи державної влади, органи регулювання, ЗМІ, громадські організації);
- 4) створення широкого спектру мультидисциплінарних мереж медіаграмотності;
- 5) здійснення діяльності з формування МІГ на різних рівнях: від місцевого та регіонального до європейського та міжнародного.



ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОВАЙДЕРИ: ЗМІ, бібліотеки, архіви, музеї та мережа інтернет

МЕТА: причини, з яких люди використовують інформацію та взаємодіють зі ЗМІ й іншими інформаційними провайдерами – розваги, асоціації, самоідентифікація, спостереження та освіта

РОЗУМІННЯ стосується базових знань, які повинні мати всі громадяни про операції, функції, природу, встановлені професійні та етичні стандарти всіх форм ЗМІ та інших інформаційних провайдерів

ПРОЦЕС І ПРАКТИКА відображає вміння та навички, якими громадяни мають володіти, щоб ефективно створювати та використовувати інформацію й медійний контент із дотриманням етики та права в соціальному, економічному, політичному й особистому житті

Рис. 13. Медіа та інформаційна грамотність (МІГ): політики та стратегії ЮНЕСКО (2013, 2020)

Одним із аспектів реалізації політики ЮНЕСКО в цьому напрямі став моніторинг індексів МІГ громадян країн ЄС та України. Пор., наприклад, такий моніторинг, який було здійснено в 2021 році (Рис. 14).

ІНДЕКС МЕДІАГРАМАТОСТІ ГРОМАДЯН КРАЇН ЄС



АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ МОНІТОРИНГІВ ДОСЛІДЖЕННЯ МІГ УКРАЇНЦІВ



отримані результати актуалізують проблему медіаосвіти різних цільових аудиторій та вивчення й імплементацію європейського досвіду в українські реалії

Рис. 14. Моніторинги МІГ громадян країн ЄС та України в 2021 році

2.2. Медійна та інформаційна грамотність і цифрова компетентність у документах Європарламенту, Ради ЄС та ЮНЕСКО (В. Є. Сошинська, Я. С. Фруктова, Г. В. Горбенко)

Медіаосвітні аспекти, зокрема в розрізі неформальної освіти, представлено у форматі аналітичного огляду документів Європарламенту, Ради ЄС та ЮНЕСКО, у яких ідеться про медіа та інформаційну грамотність у кореляції з цифровою компетентністю. Розкрито засади державної політики України у сфері медійної та цифрової грамотності населення.

«У Європейському Союзі процес детермінації основних навичок, що набуваються впродовж життя і сприяють розвитку інформаційного суспільства та людського капіталу, активно триває ще з 2000 року, коли було прийнято Лісабонську стратегію розвитку ЄС («Presidency conclusions of the Lisbon European Council»). Вона передбачала подолання розриву в ІТ-навичках через усунення структурних причин цього явища, зокрема з розвитком навчання впродовж життя. Оновлену Лісабонську стратегію («A new start for the Lisbon Strategy») схвалено в 2005 році з акцентом на знаннях, інноваціях та інвестиціях у людський капітал через навчання впродовж життя, яке розглядалося як ключова умова реалізації стратегії. Третя версія Лісабонської стратегії – «Європа 2020. Стратегія розумного, стійкого та всеосяжного зростання» («Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth») 2010 року (European Commission 2010) визначила три взаємодоповнювальні пріоритети: розумне зростання (smart growth), стале зростання (sustainable growth) та інклюзивне зростання (inclusive growth)» [Сошинська, 2022, с. 41–72].

З-поміж основних міжнародних нормативно-правових документів, які стосуються медіаосвіти та медіаінформаційної грамотності, а також формування компетентностей особи в системі освіти, проаналізовано такі:

- «Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року» («Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC)») – запроваджує європейську рамку основних компетентностей для різних категорій населення та фахівців; формулює принципи рівності та доступності освіти з огляду на врахування різних потреб осіб, що навчаються;

- «Рекомендації Ради [ЄС] від 22 травня 2018 року щодо ключових компетентностей для навчання впродовж усього життя (2018/C 189/01)» («Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (2018/C 189/01)») – визначає такі складники цифрової компетентності як інформаційна грамотність і грамотність щодо даних, комунікація та співпраця,

медіаграмотність, створення цифрового контенту, безпека, питання, пов'язані з інтелектуальною власністю, вирішення проблем та критичне мислення;

- «Європейська рамка цифрової компетентності для громадян» («The European Digital Competence Framework for Citizens») (2013);

- «Рамка цифрової компетентності для громадян» DigComp 2.0 («DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens») (2016) / версія DigComp 2.1 «Рамка цифрової компетентності для громадян із вісьмома рівнями кваліфікації та прикладами використання» («The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use») (2017) / редакція DigComp 2.2 (2022) – допомагають розпізнавати сфери й рівні формування цифрової компетентності громадян, визначати орієнтири використання потенціалу цифрових технологій для інноваційної освітньої практики та покращення доступу до навчання впродовж життя, формувати нові навички, необхідні для працевлаштування, особистісного розвитку й соціалізації;

- «План дій щодо цифрової освіти 2021–2027. Перезавантаження освіти та навчання для цифрової епохи» («Digital Education action Plan 2021–2027. Resetting education and training for the digital age») (European Commission 2020) – обґрунтовує концепцію якісної, інклюзивної та доступної цифрової освіти в Європі; зосереджує увагу на нагальній потребі в подальшому розвитку критичного мислення та підвищення обізнаності про особисті права й обов'язки в інтернеті, на боротьбі з дезінформацією, мовою ворожнечі, онлайн-загрозами;

- «Європейський підхід до медіаграмотності в цифровому середовищі» («A European approach to media literacy in the digital environment») (Commission of the European Communities 2007) – визначає поняття «медіаграмотність» (media literacy);

- навчальна програма для вчителів «Медійна та інформаційна грамотність» («Media and information literacy»), яку розробила ЮНЕСКО в 2011 році (Wilson et al 2011) – репрезентує інтегрований погляд на формування інформаційних, медійних та цифрових компетентностей; окреслює поняття медіаінформаційної грамотності (MIL); друге видання навчальної програми для освітян і здобувачів освіти «Медіа та інформаційно грамотні громадяни: думайте критично, клацайте розважливо!» («Media and information literate citizens: think critically, click wisely!») (Grizzle et al 2021) – визнає медійну й інформаційну грамотність як невід'ємну частину порядку денного міжнародного розвитку та ключ до досягнення Цілей сталого розвитку до 2030 року;

- «Європейська рамка для цифрової компетентності освітян» («European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu», 2017) – засвідчує інтеграційний підхід до формування компетентностей із медіаграмотності та необхідність усіх громадян Європейського Союзу

отримати компетентності для критичного й творчого використання цифрових технологій [Сошинська 2022, с. 42–52];

- «Паризька програма» – рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО від 22.06. 2007 р.;

- «Резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації» від 16.12. 2008 р.;

- «Феська декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності» від 17.06. 2011 р.;

- «Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху» від 28 травня 2014 р.;

- «Стратегія Ради Європи про права дитини (на 2016–2021 рр.)»;

- «Система цифрових компетенцій для громадян із вісьмома рівнями кваліфікації та прикладами використання» (ЄС, 2017);

- «Медіаграмотність для всіх» (Рада Європи, 2020 р.);

- «Медіа та інформаційна грамотність: політика та стратегія ЮНЕСКО» (2013, 2020) [Горбенко, Фруктова 2020, с. 296–335].

Аналіз перерахованих міжнародних нормативно-правових документів засвідчив таке:

- медіаосвіта є правом кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і право на інформацію, є інструментом підтримування демократії;

- медіа (як традиційні, так і нові) переважно є позитивним суспільним чинником, який вимагає від громадян володіння певними специфічними уміннями і навичками;

- медіаграмотність має стати базовим елементом політики у сфері споживання інформації та охоплювати всі категорії людей протягом усього життя;

- медіаосвіта має розглядатися як обов'язкова частина навчальної програми на кожному рівні шкільної освіти;

- рекомендовано внести у навчальні плани професійної підготовки вчителів обов'язкові модулі з медіаосвіти;

- університети є учасниками медіаосвіти громадян.

2.3. Засади державної політики України у сфері медійної та цифрової грамотності населення

(В. Є. Сошинська, Я. С. Фруктова)

З-поміж основних нормативно-правових документів, які стосуються медіаосвіти та медіаінформаційної грамотності громадян в Україні, проаналізовано такі:

- Закони України «Про освіту» (2017; поточна редакція від 21.11.2021) та «Про вищу освіту» (2014) – визначають поняття «компетентність»; перший закріплює також ключові компетентності, необхідні кожній сучасній людині для успішної життєдіяльності, з-поміж яких виокремлено інформаційно-комунікаційну компетентність, що її підтримує вміння критично та системно мислити;

- «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» (Президія Національної академії педагогічних наук України, 2010) – анонсує проведення поетапного всеукраїнського експерименту з упровадження медіаосвіти на всіх рівнях та визначає поняття «медіаграмотність» і «медіакомпетентність»; нова редакція Концепції (2016) – переосмислює мету, завдання, етапи реалізації та інші положення; орієнтує на формування медійної та інформаційної грамотності й медійної культури населення України; з'явилося визначення поняття «медіаінформаційна грамотність» / МІГ (media and informational literacy, MIL); характеризується 7 форм медіаосвіти;

- «Державний стандарт базової середньої освіти» (Постанова Кабінету Міністрів України від 30.09.2020 № 898) (базується на «Рекомендаціях Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу щодо формування ключових компетентностей освіти впродовж життя») – містить із-поміж інших «інформаційно-комунікаційну компетентність»;

- «Положення про Міністерство культури та інформаційної політики України» (Кабінет Міністрів України, 2019) – визначає з-поміж інших завдання: формувати та реалізувати державну політику у сферах інформаційного суверенітету, інформаційної безпеки України; сприяти організації та проведенню інформаційних, комунікаційних кампаній, публічних заходів із метою інформування дітей та молоді щодо формування інформаційно-цифрової компетентності, зокрема безпечної поведінки в онлайн-просторі; розробляти й поширювати онлайн-курси, програми для дітей, молоді, батьків, педагогів щодо формування безпечної поведінки в онлайн-просторі;

- «Розвиток медіаграмотності в Україні» (Міністерство культури та інформаційної політики України, проєкт з медіаграмотності «Фільтр», Організація з безпеки і співробітництва в Європі / ОБСЄ, ГО «Інтерньюз-

Україна, 2021) – аргументує критичну необхідність розвивати медіаграмотність українців у сучасному інформаційному та медійному контексті, розкриває наявні інформаційні виклики, окреслює способи поліпшення медіаграмотності різних категорій населення, апелюючи до кращого європейського досвіду у цій царині;

- «Цифровий порядок денний України 2020» як основна мета «Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки» (Кабінет Міністрів України, 2018) – передбачає створення попиту серед громадян та формування потреб до цифровізації; розвиток та поглиблення цифрових компетентностей громадян для забезпечення їхньої готовності до використання цифрових можливостей; визначає завдання реформування системи освіти, що має відповідати потребам розвитку цифрової економіки, цифрового суспільства, інноваційного та креативного підприємництва;

- національний проєкт «Дія. Цифрова освіта» (Міністерство та Комітет цифрової трансформації України, 2021) – відкрита національна онлайн-платформа для розвитку цифрової грамотності, що пропонує всім охочим інноваційний формат навчання та тестування на цифрову грамотність;

- проєкт «Рамкова структура цифрових компетентностей для українських вчителів та інших громадян» (Міністерство освіти і науки України у співпраці із ЗВО України, 2018);

- «Опис рамки цифрової компетентності для громадян України» (в основі Європейська рамка цифрових компетентностей для громадян «DigComp 2.1» та рекомендації від європейських і міжнародних інституцій) (Міністерство цифрової трансформації України, 2021) [Сошинська 2022, с. 53–66];

- «Концепція нової української школи» (рішення колегії МОН 27.10.2016);

- «Державний стандарт початкової освіти» (Постанова № 87 КМУ від 21.02. 2018);

- «Державний стандарт базової середньої освіти» (Постанова Кабінету Міністрів України від 30.09.2020 № 898);

- «Концепція розвитку цифрових прав дітей» (Міністерство цифрової трансформації України, від 03.03. 2021 № 167-р);

- «Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі» (Національна академія педагогічних наук України, 2021) [Фруктова 2019].

В Україні є необхідна нормативно-правова база розвитку медійної та цифрової грамотності населення. Важливими суб'єктами в реалізації державної політики та національних проєктів, дотичних до цього напрямку, поруч із органами центральної влади є неурядові організації – почасти не лише партнери, але й ініціатори окремих напрямів діяльності.

2.4. Неформальна освіта в системі медіаосвіти України.

Медіаграмотність у системі неформальної освіти

(Я. С. Фруктова, В. Є. Сошинська)

Для формування інформаційних, медійних та цифрових компетентностей різних категорій населення надзвичайно важливо використовувати весь потенціал саме неформальної освіти, зокрема й в Україні, напр.:

- тематичні тренінги з медійної грамотності для різних цільових аудиторій та Літні школи медіаосвіти і медіаграмотності для розвитку компетентностей медіапедагогів (поводить АУП з 2011 року);
- портали як інтерактивні платформи для спілкування медіаосвітян та всіх, хто бажає отримати знання й навички з медіаграмотності (портал АУП «Медіаосвіта і медіаграмотність» з 2013 року);
- відкриті онлайн-курси з медійної грамотності («Прометеус» / «Prometheus», «Відкритий Університет Майдану», студія онлайн-освіти «Освітня ера» / «Educational Era», «Дуже перевірено» / «Very Verified» та ін.);

Всесвітній тиждень медійно-інформаційної грамотності / Global Media and Information Literacy Week (започаткований ЮНЕСКО в 2012) [Сошинська 2022, с. 66–69].

Питання медіаосвіти громадян в Україні актуалізують також результати моніторингу, який здійснив Детектор медіа у 2021 році: вперше соціальні мережі стали основним джерелом новин; медіаконтент побудовано не за принципами журналістських стандартів; споживач повинен уміти свідомо обирати медіа, аналізувати контент, перевіряти факти; майже 60% українців не схильні до критичного мислення – вони довіряють улюбленим/звичним медіа або покладаються на інтуїцію (Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа, 2021: <http://surl.li/atohe>). Саме тому на теоретико-методологічному рівні розроблено:

(1) наукові принципи дослідження медіаосвіти:

- культурологічний (сучасна медіакультура постмодерну); феноменологічний (медіаосвіта як феномен суспільства знань);
- системний (медіаосвіта як система);
- розвитку (усі медіаосвітні феномени розглядаються у динаміці з урахуванням різноманітності зв'язків та системності);
- синергетичний (синергія формальної, неформальної та інформальної медіаосвіти);
- аксіологічний (рівний доступ до інформації та свобода самовираження як цінності);

- акмеологічний (медіаосвіта як чинник формування особистості в різні вікові періоди);
 - компетентнісний (формування компонентів МІК громадян);
 - герменевтичний (розуміння суб'єктами медіаосвіти її мети та результатів, встановлення міжособистісних стосунків між викладачами й слухачами курсів на основі діалогу, рефлексії, толерантності, емпатії);
 - діяльнісний (застосування знань із медіаосвіти в професійній та приватній діяльності);
- (2) наукові підходи, зокрема:
- функціональний (задоволення медіаосвітніх потреб споживача послуг);
 - інтеграційний (спрямовано на дослідження та посилення взаємозв'язків між компонентами медіаосвіти);
 - міждисциплінарний (розгляд медіаосвітньої проблематики в аспекті актуальних проблем філософських, культурологічних, психологічних, педагогічних, соціологічних досліджень, досліджень із комунікативістики, соціальних комунікацій та медіабезпеки);
 - праксеологічний (відбір змісту та форм неформальної медіаосвіти з огляду на сучасні вимоги до рівня МІК громадян) [Фруктова 2019].

На цих задах систематизовано медіаосвіту та медіаосвітні проекти в Україні (див. Рис. 15, 16).

МЕДІАОСВІТА		
формальна	неформальна	інформальна
▪ Національна академія педагогічних наук України ▪ Міністерство освіти і науки України ▪ Інститут інноваційних технологій та змісту освіти ▪ Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України ▪ ГО «Академія української преси»	▪ Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України ▪ ГО «Академія української преси» ▪ Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) ▪ ГО «Центр Медіареформи» ▪ ГО Інститут масової інформації ▪ ГО «Український інститут медіа та комунікації» ▪ ГО «Громадське радіо» ▪ Інформаційно-творче агентство «Юн-прес» ▪ ГО «Lviv Media Forum» ▪ ГО «Український кризовий медіацентр»	▪ Міністерство культури та інформаційної політики України ▪ Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки ▪ ГО «Академія української преси» ▪ Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) ▪ ГО «Центр Медіареформи» ▪ ГО «Інститут масової інформації» ▪ ГО «Детектор Медіа» ▪ ГО «VoxCheck» ▪ ГО «Центр аналітики і розслідувань»

Рис. 15. Систематизація медіаосвіти в Україні



Рис. 16. Систематизація медіаосвітніх проєктів в Україні

РОЗДІЛ 3.
**МЕДІАПРАКТИКИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ФАКУЛЬТЕТУ
ЖУРНАЛІСТИКИ УНІВЕРСИТЕТУ ГРІНЧЕНКА**

3.1. Проєкт Факультету журналістики

«Медіахаб Університету Грінченка» як платформа медіапрактик

*(Г. В. Горбенко, В. Л. Іващенко, Т. І. Поліщук, Д. В. Харамурза, О. А. Семенюк,
В. Є. Сошинська, М. М. Нетреба, Я. С. Фруктова, К. Є. Балабанова,
А. Л. Лісневська, М. С. Ангелова, О. Д. Гондюл)*

Концепція Центру медіаосвіти в 2023 році трансформувалася у новий проєкт – «Медіахаб Університету Грінченка» (далі Медіахаб) (2023–2027 рр. із продовженням), який став осередком ефективної комунікативної взаємодії медіаекспертів та медіазнавців, фахівців у сфері креативних індустрій, журналістів, громадських діячів та споживачів медіаконтенту, що об'єднує тренінговий центр медіаосвіти, виробничу медіаагенцію, сектор медіадосліджень та аналітики.

Проєкт Медіахабу є продовженням багаторічної діяльності Факультету журналістики. За 6 років було успішно реалізовано близько 20 медійних та освітніх проєктів.

Цільові аудиторії: школярі, батьки, педагоги; студенти, аспіранти, науковці; люди третього віку; держслужбовці, представники органів місцевого самоврядування; • представники громадських організацій м. Києва; підприємці, представники малого та середнього бізнесу м. Києва.

Мета проєкту – надання суспільно-орієнтованих тренінгових, дослідницьких, виробничих, аналітичних послуг, поєднання теорії і практики у сфері медіаосвіти, медіабезпеки, медіабрендингу, кризових і публічних комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю..

Завдання проєкту:

- надання суспільно-орієнтованих освітніх послуг з медіаграмотності, медіабезпеки різним цільовим аудиторіям (школярам, держслужбовцям, студентам, людям третього віку, представникам громадських організацій, підприємцям, науковцям, науково-педагогічним працівникам ЗВО України та Університету);
- розроблення та впровадження спільних сертифікатних медіаосвітніх тренінгових програм із європейськими партнерами та їх популяризація;
- розроблення індивідуальних траєкторій неформальної освіти для різних цільових аудиторій з урахуванням реалізації прав осіб з інвалідністю;

- надання фахових консультацій із питань медіаосвіти, медіабезпеки, кризових і публічних комунікацій;
- медіапідтримка позитивного іміджу Університету та громади м. Києва під час війни та в період післявоєнної відбудови;
- медіасупровід різних цільових груп, створення якісних медіапродуктів візуальної культури для структурних підрозділів Університету, компаній, державних, комунальних та інших підприємств;
- забезпечення сприятливого впливу новітніх технологій на медіаспоживачів та відновлення ментального здоров'я цільових аудиторій засобами медіа;
- комунікативна взаємодія науково-педагогічних працівників та науковців Факультету з різними цільовими аудиторіями;
- надання послуг у сфері інформаційної аналітики та проведення науково-практичних медіадосліджень;
- забезпечення практичної підготовки здобувачів усіх рівнів Факультету журналістики;
- сприяння розвитку матеріально-технічної бази Університету за рахунок грантових та комерційних проєктів;
- моніторинг можливостей дуальної медіаосвіти.

Медіахаб здійснює діяльність у форматі 3-х секторів (https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2023/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%B1_%D0%A3%D0%93.pdf) (Рис. 17):

Сектор медіаосвіти. Основні види діяльності:

1) тренінгове навчання за сертифікатними програмами українською та англійською (спільно з європейськими партнерами) мовами: із медіаграмотності (для школярів, педагогів, батьків, людей третього віку); із медіабезпеки (для підприємців, представників держструктур, представників органів місцевого самоврядування та громадських організацій);

2) курсове навчання: курси підвищення кваліфікації (для пресекретарів комунальних закладів); курси з публічних і кризових комунікацій (для підприємців, представників держструктур, представників органів місцевого самоврядування та громадських організацій м. Києва); майстер-класи медіаекспертів (для студентів, аспірантів, науковців); вебіари з актуальних аспектів свідомого медіаспоживання (для школярів, батьків, педагогів, людей третього віку); інтенсив-сесії з формування бренду освітньої установи (для керівників освітніх установ м. Києва, науковців, педагогів); консультування з формування візуальної культури компаній (для підприємців, держслужбовців,

представників органів місцевого самоврядування та громадських організацій м. Києва).

Сектор медіавиробництва. Основні види діяльності:

- 1) розроблення комплексної рекламної та PR-стратегії;
- 2) створення та реалізація стратегії SMM-просування;
- 3) розроблення інформаційних матеріалів із медіаграмотності;
- 4) розроблення концепцій радіо- та відеореклами, створення готового медіапродукту;
- 5) знімання та монтаж відеосюжетів, студійне фотознімання, створення портфоліо; розроблення концепції створення анімації, інфографіки та креативних презентацій;
- 6) розроблення корпоративного стилю компанії;
- 7) консультування підприємств малого й середнього бізнесу, державних установ із питань промоції;
- 8) запис аудіо- та відеолекцій, подкастів.

Сектор медіадосліджень. Основні види діяльності:

- 1) проведення наукових досліджень із проблем медіаосвіти, медіабезпеки та медіавиробництва;
- 2) експертне оцінювання українського медіасередовища в євроінтеграційному контексті;
- 3) моніторинг рівня медіаграмотності різних цільових аудиторій;
- 4) проблемний аналіз можливостей сучасної дуальної освіти.



Рис. 17. Структурна організація Медіахабу Університету Грінченка

Розробленню концепції проєкту Медіахабу передувало: вивчення конкурентного середовища та наявного досвіду подібних проєктів, а також здійснення SWOT-аналізу; інвентаризація науково-дослідницьких медіалабораторій / медіацентрів закордонних та українських ЗВО; аналіз практики створення, структурної організації та діяльності таких інституцій. Було також ураховано зарубіжний досвід.

3-поміж наступних кроків у реалізації проєкту такі: розроблення айдентики Медіахабу (<https://fj.kubg.edu.ua>) та створення вебсторінки проєкту на сайті Факультету журналістики (<https://fj.kubg.edu.ua/struktura/inshipidrozdily/mediakhab-universitytetu-hrinchenka.html>).

На базі **сектору медіаосвіти** (консультативно-тренінговий та навчальний центр, який продовжив свою діяльність у новому форматі на засадах Центру медіаосвіти та Медіашколи Університету Грінченка):

1) оновлено програму навчально-тренінгового модуля «Медіаосвіта» / «Медіаосвіта: європейські практики» для викладачів, учителів, психологів, соціальних працівників, здобувачів вищої освіти та школярів (здобувачам вищої освіти і освітянам запропоновано спільні теми, школярам тематику орієнтовано переважно на практику);

2) проведено **13** навчально-тренінгових сесій різного формату для **755** учасників:

- сертифікатна програма «Медіаосвіта» для викладачів та здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка спеціальностей «Дошкільна освіта», «Початкова освіта», «Фізичне виховання та спорт» (2023);

- майстер-клас і сертифікатна програма з медіаосвіти та медіаграмотності для здобувачів вищої освіти та викладачів Київського фахового коледжу Приватного вищого навчального закладу «Університет сучасних знань» (15.03.2023);

- англomовні сертифікатні програми «Креативні технології в публічних комунікаціях» (2023); «Цифрові кейси ефективної медіакомунікації» (2024);

- інтенсив із медіаінформаційної грамотності для учнів (2023, 2024);

- методичний семінар для викладачів Університету Жирони «Navigating challenges: the role and experience of University teachers in Ukraine» («Виклики та реалії викладацької діяльності в умовах війни») (2023);

- науково-методичні семінари «Медіаосвіта і медіаграмотність освітянам Києва: аналітичний дискурс» до Всесвітнього дня науки (2023) для учителів, викладачів коледжів, психологів закладів освіти та керівників гуртків та ін.;

- «Communication Day» для ГО в межах соціального проєкту «З Києвом і для Києва» (2024).

На базі **сектору медіавиробництва** (виробнича медіаагенція) створено, поширено та апробовано **906** медіапродуктів / медіапроектів різних форматів (за участі виробничої майстерні «Астудія» та навчальної лабораторії радіомовлення «Радіо BG») (див. повний перелік у Додатку «В»), напр.:

- відеодайджест «Київ тримає удар. Хроніка» (**14** відеохронік найголовніших подій російсько-української війни на Київщині від 4.03.2022);

- мультимедійний проєкт «ІНШЕ ЖИТТЯ ВІЙНА» (**40** відеорефлексій студентів Факультету журналістики, пов'язаних із повномасштабним російським вторгненням в Україну);

- аудіопроект студентів Факультету журналістики «Мої думки (не) тихі» спільно з навчальною лабораторією радіомовлення «Radio BG» (**10** аудіо – власний погляд студентів Факультету журналістики на професію журналіста, на вплив лідерів думок);

- проєкт «Волонтером може стати кожен» (**12** серій інтерв'ю-монологів про унікальний персональний досвід кожного з волонтерів – викладачів і студентів КУБГ) та ін.

Проекти поширено в соціальній мережі «Фейсбук», на платформі «Ютуб» та апробовано у форматі виголошення доповідей про їхню реалізацію на конференціях: Міжнародній мультидисциплінарній конференції «Main challenges and issues of university education in war conditions: Ukraine – 2022» (Канада, Університет Манітоби, 27.04.2023); II Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції студентів, аспірантів, молодих учених та практиків «Креативні індустрії: сучасні тренди» (Київ, 24–25.05.2023).

Виконавців проєктів нагороджено дипломами: II ступня в номінації «Журналістика» на I і II Відкритому патріотичному фестивалі-конкурсі «Народ-герой героїв появляє» (2022, 2023); лауреата премії Київського міського голови за особливі досягнення молоді в розбудові столиці України – міста-героя Києва у номінації «внесок у розвиток молодіжного руху» (2023) (за проєкти «Волонтером може стати кожен», «ІНШЕ ЖИТТЯ ВІЙНА»). Повний перелік нагород та подяк, які отримали здобувачі вищої освіти, див. у Додатку «Д».

На базі **сектору медіадосліджень** (науково-дослідницька аналітико-моніторингова медіалабораторія):

- 1) здійснюються дослідження:

- «Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України» (2022);

- міжнародне дослідження «Медіастудії в навчальному процесі зарубіжних ЗВО» (Україна, Іспанія) (2023);

- «Медіа- та медіазнавчі студії в навчальному процесі українських ЗВО» (триває з 2023 р.);

- «Сучасні тенденції функціонування медіазнавства в інформаційному, науковому та освітньому дискурсі» (2023);
- «Виявлення цінностей особистості журналіста» (2023);
- «Медіаспоживання в Україні» (2023);
- «Закон України “Про медіа”: етнокультурні аспекти на офіційних вебресурсах суспільних мовників» (2024);
- «Оцінка суспільної довіри до медіа в умовах воєнного стану» (2024);
- «Інформаційна кампанія “Твоя медіабезпека”» (2024);

3) здійснюються опитування:

- моніторинг рівня медіаінформаційної грамотності учасників навчально-тренінгових сесій через опитування та узагальнення результатів (взяли участь понад **1604** респондентів) (2021–2024);
- про використання Лексичного мінімуму медіазнавця в освітньому процесі Факультету журналістики (взяли участь 70 здобувачів вищої освіти та НПП) (2023);

4) розроблено пропозиції до Міської комплексної цільової програми «Освіта Києва».

Діяльність Медіахабу позиціонує Університет Грінченка як соціально відповідальну інституцію, яка через медіаосвітні сертифікатні програми, медіавиробничий процес, медіадослідження популяризуватиме проєкти післявоєнної відбудови України. Медіахаб Університету Грінченка сприятиме реалізації концепції «навчання впродовж життя», формуватиме сучасне медіаграмотне суспільство в контексті досягнення цілей сталого розвитку задля трансформації та відновлення України.

Соціальний проєкт «Медіахаб Університету Грінченка» посів II місце на загальноуніверситетському фестивалі соціальних проєктів «З Києвом і для Києва» (05.12.2024).

3.2. Система медіапрактик у професійній підготовці фахівців медіа як технологія створення медіапродуктів

(Т. І. Поліщук, М. С. Ангелова, А. Л. Лісневська, Д. В. Харамурза)

На базі Медіахабу Університету Грінченка розроблено систему медіапрактик, затребуваних для професійної підготовки фахівців медіа. Створення медіапродуктів різних форматів та використання їх в освітньому процесі й у подальшій професійній діяльності вимагає певних умінь та сприяє формуванню медіаінформаційної компетентності. Саме практико-орієнтований

підхів допомагає випрацювати методики викладання медіапрактик та послідовно й системно впроваджувати їх до навчального процесу Факультету журналістики.

Відтак важливими завданням у цьому напрямі є:

- розроблення моделі та системи впровадження медіапрактик до освітнього процесу підготовки здобувачів вищої освіти;
- розроблення типології медіаформатів створення різних медіапродуктів в межах тих чи інших медіапроектів;
- розроблення методик створення медіапродуктів на базі центрів компетенцій Інституту / Факультету журналістики та впровадження їх до освітнього процесу у форматі виконання практичних завдань;
- популяризування медіапродуктів та медіапрактик у соціальних мережах.

Медіапрактика 1 – створення аудіопродуктів на базі Навчальної лабораторії радіомовлення «Радіо BG» за допомогою такої методики:

- 1) аналіз ринку аудіопродуктів > визначення теми, підготовка тексту;
- 2) аудіозапис > монтаж;
- 3) добір візуального / музичного ряду > поширення (див. Рис. 18).



Рис. 18. Система медіапрактик на базі центрів компетенцій Факультету журналістики

З-поміж основних форматів аудіопродуктів такі: аудіоісторії, аудіоцитуння, подкасти, відеоподкасти, книжкові огляди, аудіоказки,

радіоінтерв'ю, аудіокниги. Напр.: «СЛУХАЙ» (3): «М. Коцюбинський “На острові”», «У. Самчук “Брат”», «Заборонити рашизм»; «МОЇ ДУМКИ (НЕ) ТИХІ» (10); «ЇХНІ ДУМКИ – НАШІ ГОЛОСИ» (21); «Відкрий себе» (7); «Журналістика – професія сміливих» (4); «Історії до дня народження Бориса Грінченка» (7); «ІСТОРІЇ НЕСКОРЕНИХ» (6); «ПУЛЬС НАЦІЙ» (29) та ін. (повний перелік аудіопродуктів у базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця із покликаннями на них див. у Додатку «В») [Поліщук 2019; Поліщук 2022, 1(13); Поліщук, Шевчук 2022, 1(13); Поліщук, Кравчук 2020, 1(33)].

Медіапрактика 2 – створення відеопродуктів на базі Навчально-виробничої майстерні тележурналістики «Астудія» за допомогою такої методики

- 1) визначення теми > підготовка сценарного плану;
- 2) пошук локації > знімання відео;
- 3) монтаж, робота з відеоредактором > поширення (див. Рис. 18).

З-поміж основних форматів аудіопродуктів такі: авторський влог, бліц-опитування, анімаційний фільм, документальний фільм, рекламний відеоролик, відеозамальовка, інформаційна програма, відеозвіт, відеокліп, кепшн-відео, відеопортрет, відеосюжет, відеореліз, телегра, тоук-шоу, фотофільм, телепередача, відеоогляд, відеохроніка, відеорефлексія, відеотренінг та ін. (див. Рис. 19). Напр.: «ЖИВЕ МІСТО.Київ»: «Дайджест. Хроніки війни» (36); «Живий словник незалежності» (29); «Прокачай свою українську» (1); «Зіркові екскурсії» (11); «Астудія»: «НеОстання вишиванка Грінченка» (9); «Терра ректора» (11); «Вони. Грінченківці» (5); «Телегłosарій» (65); спеціальні проєкти студентів (89); «СловОпис»: «Незабуті слова» (62); «МаліОК»: «Зірочки про зірок» (5); відеороботи до Всеукраїнського конкурсу «LIME. Go to read!» (33); озвучування мультфільму (16) та ін. [Angelova, Brovko, Zrazhevskaya, Lisnevskaya, Polishchuk, Fruktova 2022, 12(11); Лісневська, Фруктова 2019, 2(8); Лісневська 2023; Lisnevskaya, Kutsai 2021] (повний перелік відеопродуктів у базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця із покликаннями на них див. у Додатку «В»).

Медіапрактика 3 – створення фотопродуктів на базі Навчально-виробничої майстерні «Грінченко-інформ» за допомогою такої методики:

- 1) вибір тематики фото > вибір техніки створення фото;
- 2) пошук локації, образу > фотознімання;
- 3) оброблення у фоторедакторі > поширення (див. Рис. 18).

З-поміж основних форматів фотопродуктів такі: тематичні фото, фотодокументи, фотовиставки, фотофлешмоби та ін. Напр.: «100 хронік війни» / фотовиставка «Війна у моєму вікні»; «ВІЙНА. ОБ'ЄКТИВНО»; «Факультет журналістики – поступ до якісних ЗМІН»; «Журналісти важливі» та ін. (повний перелік фотопродуктів у базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця із покликаннями на них див. у Додатку «В»).

Медіапрактика 4 – створення медіатекстів у соціальних мережах за допомогою такої методики:

- 1) дослідження аудиторії > визначення соціальної мережі для дописів;
- 2) робота з контентом > підготовка медіаповідомлення;
- 3) перевіряння медіатекстку фахівцем > поширення (див. Рис. 18).

Основні формати – це сторінки медіапроектів, тематичні дописи, квести тощо. Напр., проєкт у соціальних мережах «Медіаграм», у межах якого розробляються медіатексти – інфографіки для дописів, рілзи для інстаграму та інформаційний буклет (див. сторінки Наукового товариства Факультету журналістики та Астудії у фейсбуці й інстаграмі).

Перелік основних тем проєкту: «Базові правила інформаційної гігієни: інструкція до застосування»; «Дезінформація: як розпізнати і убезпечити себе»; «Інформаційні віруси: як розпізнати і знешкодити»; «Фейки: як розпізнати і протидіяти»; «ІПСО: як розпізнати і реагувати»; «Комунікація в мережі: безпечне користування електронною поштою»; «Комунікація в мережі: безпечне спілкування в чатах»; «Комунікація в мережі: безпека персональних даних»; «Фішинг: як убезпечити себе від інтернет-шахрайства»; «Кібербулінг: як протидіяти»; «Достовірність контенту: базові ресурси та платформи для перевірки»; «Стратегія присутності особистості в мережі (безпека персональних даних, їхнє оновлення, шифрування, репутаційні ризики)» [Харамурза 2023, 2 (16), с. 29–37; Бровко, Курбан, Лісневська та ін. 2022] (Рис. 19).



Рис. 19. Проєкт «Медіаграм» у соціальних мережах

Проект став результатом дослідження «Інформаційна кампанія “Твоя медіабезпека”», яке було презентовано на Всеукраїнській науково-практичній онлайн-конференції «Дослідження молодих вчених: від ідеї до реалізації» (17–18.05.2024) та отримав I місце в конкурсі наукових проєктів за напрямом «Наука та освіта: утвердження академічної доброчесності та наукової етики». Мета проєкту – підготувати та реалізувати інформаційну кампанію, спрямовану на збільшення рівня медіаграмотності та цифрової безпеки здобувачів вищої освіти Університету Грінченка [Kharamurza та ін. 2022, 11(1); Kharamurza, Pohrebniak, Polishchuk, Soshynska, Fruktova 2024, 13(81)].

Результати впровадження медіапрактик див. у форматі переліку нагород / подяк і нагороджених за створення медіапроєктів та наукових проєктів (Додаток «Д»).

РОЗДІЛ 4. ПРОФЕСІОНАЛІЗМ СУЧАСНИХ ФАХІВЦІВ МЕДІА

4.1. Технології формування професіоналізму фахівців медіа

*(І. Ю. Афанасьєв, М. М. Нетреба, В. Л. Іващенко, Г. В. Горбенко,
Л. М. Новохатько, Д. В. Харамурза, О. В. Григорєвська
(Воскобойнікова-Гузєва), С. І. Петренко)*

Спричинена глобальними революційними зрушеннями цифровізація медіасередовища в 20-х рр. ХХІ ст. позначилася суттєвими трансформаціями на технологіях формування професіоналізму фахівців медіа, які прискорюються, докорінно змінюючи кон'юнктуру на ринку праці медіафахівців. Ефективними такі трансформації можуть бути лише тоді, коли вони є багатовекторними, поліфункціональними, інноваційними, такими, що ґрунтуються на теоретико-методологічних засадах сучасного медіазнавства й мають дослідницький фундамент.

Як актуальний тренд технології формування професіоналізму фахівців медіа мають свої особливості впровадження до освітнього процесу. Саме центри неформальної медіаосвіти, медіахаби надають можливість якнайкраще оволодіти цими технологіями. До основних технологій такого типу відносимо:

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| - технології змішаного навчання | - мультимедійні технології |
| - соціальні медіа | - медіабрендинг |
| - хмарні месенджери | - неймінг / ренеймінг |
| - електронні освітні ресурси | - електронна реклама |
| - відеоскрайбінг | - інфлюєнс-маркетинг / |
| - анімаційні технології | промоція |
| - технології цифрової креативізації | - медіакомунікативні технології |
| | - та ін. |

Технологія неймінгу та ренеймінгу [у практиці політичного піару]. Неймінг / ренеймінг (перейменування об'єктів, важливих для промоції) є одним із важливих складників брендингу, реклами та PR. Ренеймінг міських топонімів, насамперед назв вулиць у великих містах, адміністративних центрах, — це потужна технологія політичного PR. Її вивчення важливе для формування професійних піарників, медійників. У дослідженні на основі міждисциплінарного підходу: поєднано проблематику й дослідницький інструментарій історії, політології та соціальних комунікацій; використано

квантитативні методи; опрацьовано чимало джерел; проаналізовано перейменування вулиць в українських обласних центрах у 2010-ті рр.; досліджено баланс сил загальноукраїнських і регіональних професіоналів політичного PR і пропаганди; засвідчено потужний вплив професійного столичного медіаконтенту на громадську думку в регіонах і перешкоди на його шляху [Afanasiev 2020, 2(16)].

Технологія інфлюенс-маркетингу. Обґрунтовано і представлено актуальні статистичні дані та порівняльний аналіз щодо розвитку тревелблогінгу наприкінці 2010-х — на початку 2020-х років. Систематизовано інформацію для подальшого виявлення основних тенденцій розвитку тревел-блогерства в Україні. Охарактеризовано та проаналізовано основні сучасні рейтинги тревел-блогерів, взаємодію з ними провідних медійних платформ. Визначено основні персоналії українських тревел-блогерів, які можуть позиціонуватися як лідери громадських думок. Опрацьовано та систематизовано статистичні джерела в контексті діяльності провідних тревелблогерів та їх промоції провідними медійними платформами. Окреслено основні напрямки розвитку тревел-блогерства в Україні. Зібрано теоретично-практичний матеріал для визначення провідних трендів українського тревел-блогерства [Афанасьєв, Устименко 2021, 38].

Технологія електронної реклами. Проаналізовано основні публікації, джерела і методи дослідження електронної реклами 2015–2019 рр. у ЄС. Опрацьовано термінологію, яка вживається в країнах ЄС на позначення різновидів електронної реклами та суміжних явищ. Здійснено комплексну характеристику європейського ринку електронної реклами 2015–2019 рр. Окреслено науковий апарат семіотики, семіотики маркетингу, комерційної семіотики, соціосеміотичного, семіопрагматичного та інших семіотичних підходів, які застосовуються для досліджень у рекламі та PR. Описано бізнес-кейси й загальні закономірності реклами та PR, які неодноразово були об'єктом вивчення. Зосереджено увагу на актуальності теми рекламної грамотності як складника медіаграмотності, з'ясовано, що одним із найпопулярніших предметів дослідження стали інфлюенсери, лідери думки в цифрових соціальних мережах [Афанасьєв 2020].

Технологія медіабрендингу та цифрової креативізації. Досліджено український телевізійний ринок, де головні телеканали належать чотирьом великим медіагрупам та мають своєрідний брендинг і рекламну діяльність. Проаналізовано брендинг і стратегії просування телеканалів під час пандемії коронавірусу. Проведено систематичний аналіз вибірки мовлення провідних українських каналів. Проаналізовано фірмові програми та їхнє розширення на цифрових платформах медіаканалів задля полегшення їх спілкування з

аудиторією. Виявлено: схожість у рекламній діяльності каналів і практиках брендингу, загальних для телеіндустрії; специфіку інтегрованої маркетингової діяльності та стратегії брендингу на матеріалі контенту, орієнтованого на аудиторію, перехресне/саморекламування, нові ланцюжки створення вартості, комунікативне залучення, спонсорство/партнерство [Netreba та ін. 2022, 11(2); Нетреба, Риждова 2022, 33(72), 3; Григоревська 2022].

Анімаційні технології: «У сучасних умовах реальної конкуренції на ринку праці України в багатьох організаціях наявний брак кваліфікованих практико-орієнтованих кадрів, здатних успішно розробляти й упроваджувати наукоємні технології та реалізовувати реальні бізнес-процеси за допомогою інноваційних технологій. Така ситуація спричиняє протиріччя між системою вищої професійної освіти України та сучасним бізнесом. Тому вища школа розробляє нові освітні експериментальні моделі як підґрунтя розбудови інноваційних технологій навчання. З'ясовано ефективність упровадження практико-орієнтованої експериментальної моделі навчання з використання анімаційних технологій у мультимедійному середовищі вищої школи, зокрема в Київському університеті імені Бориса Грінченка. Розкрито специфіку впровадження моделі для студентів, які здобувають ступінь бакалавра за освітньою програмою «Реклама та зв'язки з громадськістю», проаналізовано результати та окреслено подальші перспективи впровадження цієї технології в освітній процес ЗВО. Центри компетентностей Університету Грінченка стали базою для цього освітнього експерименту, оскільки навчання в таких центрах сприяє формуванню цифрової та медіаграмотності у майбутніх фахівців, допомагає їм адаптуватися до виробничих процесів, набувати необхідних умінь і навичок колективної роботи та індивідуальної відповідальності. Для оцінювання експерименту було проведено опитування студентів 1–2 курсів Інституту журналістики Університету Грінченка. Результати анкетування показали, що студенти високо оцінили вивчення та застосування технології анімації для створення рекламного продукту. У підсумку, значна кількість з них обрали дисципліну «Анімація в рекламі» як вибіркову за іншою спеціальністю» (Рис. 20) [Горбенко, Іващенко, Нетреба 2020, 29(2)].

Технологія відеоскрайбінгу. Результати дослідження доводять, що технологія відеоскрайбінгу може стати новим інструментом маркетингової стратегії як різновиду мультимедійного контенту, що забезпечує інтерактивний зв'язок між університетом і цільовою аудиторією. За допомогою технології відеоскрайбінгу можна тривалий час утримувати увагу цільової аудиторії завдяки ефекту відчуття присутності; глядач відчуває, що історія твориться на його очах. Відеоскрайбінг залучає аудиторію до живої історії, оскільки глядачі не пасивні, а натомість намагаються вгадати, що станеться далі. Технологія

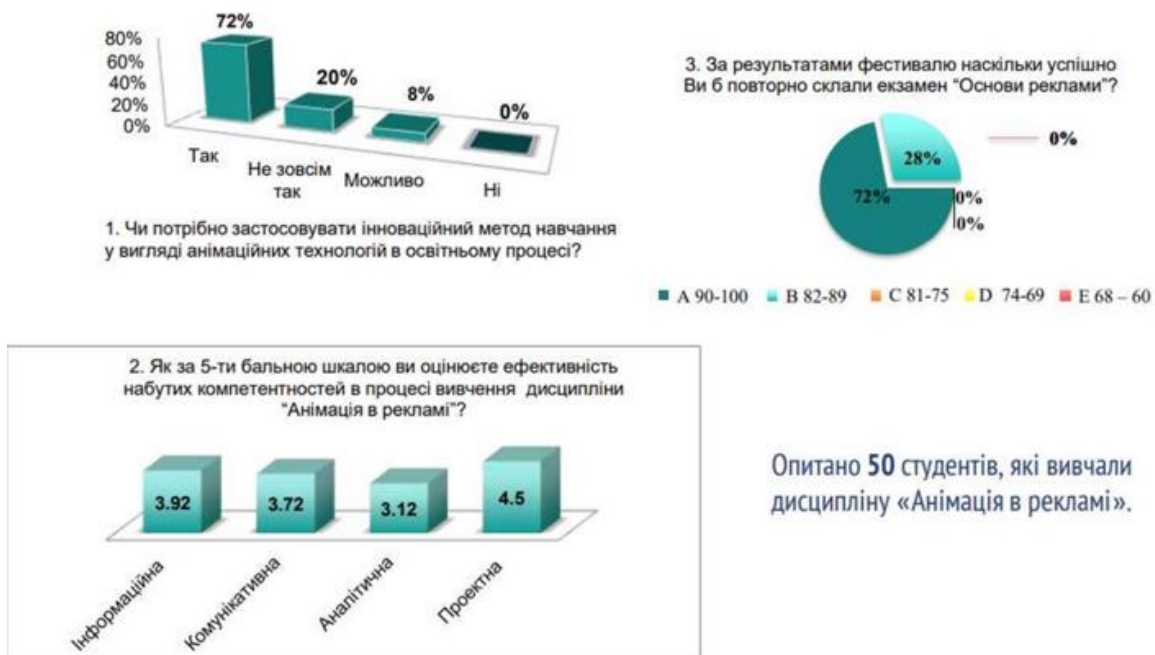


Рис. 20. Опитування студентів за результатами експериментального впровадження технологій анімації

формування професіоналізму фахівців медіа, реклами та PR передбачає використання рольових ігор в освітньому процесі. Під час підготовки до рольової гри студенти отримують різні професійні навички для різних професій (модератор, пресекретар, спічрайтер, копірайтер, журналіст, менеджер тощо). Студенти високо оцінили цю методику (опитано 150 студентів) [Горбенко, Нетреба, Новохатко 2021].

Технології соціальних медіа та хмарних месенджерів. Досліджено ефективність практичного застосування соціальних медіа на основі технологій Web 2.0, спрямованих на розвиток англомовної комунікативної компетенції студентів. Результати показали, що ефективність використання цифрових онлайн-технологій очевидна для неформального навчання англійської мови для студентів різних спеціальностей. Аналіз досвіду європейських країн, зокрема Німеччини, Польщі, Італії, показав важливість використання технологій соціальних медіа та хмарних месенджерів для формування професіоналізму майбутніх фахівців у сфері дизайну реклами. Результатом дослідження визначено ефективність використання процесу інформатизації на рівні залучення соціальних мереж, месенджерів для формування високого рівня володіння іноземною мовою за професією [Kharamurza та ін. 2022, 11(1)].

Технологія змішаного навчання. Технології формування професіоналізму фахівців медіа, реклами та PR є складною системою, ефективно функціонування якої потребує багатовекторної, практикоорієнтованої підготовки. Тенденція до збільшення кількості студентів, які поєднують

навчання з роботою є поштовхом до створення інкубаторів закладів вищої освіти. Інкубатори - структури, у яких студенти можуть отримати практичний досвід у навчальних закладах. Зокрема, такими структурами є пресслужби ЗВО. Ця ініціатива є основою для системної ефективної комунікації між студентами та викладачами, структурними підрозділами університету, масмедіа та громадськістю. Ефективним інструментом технологій змішаного навчання є гостьові лекції. Опитування студентів показали, що 34 % респондентів вважають найкращим відсоток гостьових лекцій у практико-орієнтованому навчальному процесі у ЗВО – 30 %. 84 % студентів вважають найефективнішою формою проведення гостьових лекцій семінар. Під час роботи у пресслужбі у студентів формуються необхідні професійні навички, зокрема за допомогою комунікаційних технологій та технології «нерегулярного спілкування». Студенти потрапляють у реальну медіасферу та починають створювати інформаційний контент для веб-сайтів ЗВО, акаунтів у соціальних мережах, медіаресурсів партнерів тощо. Студенти організовують та проводять PR-заходи, які формують позитивний імідж ВНЗ та рекламують освітні послуги.

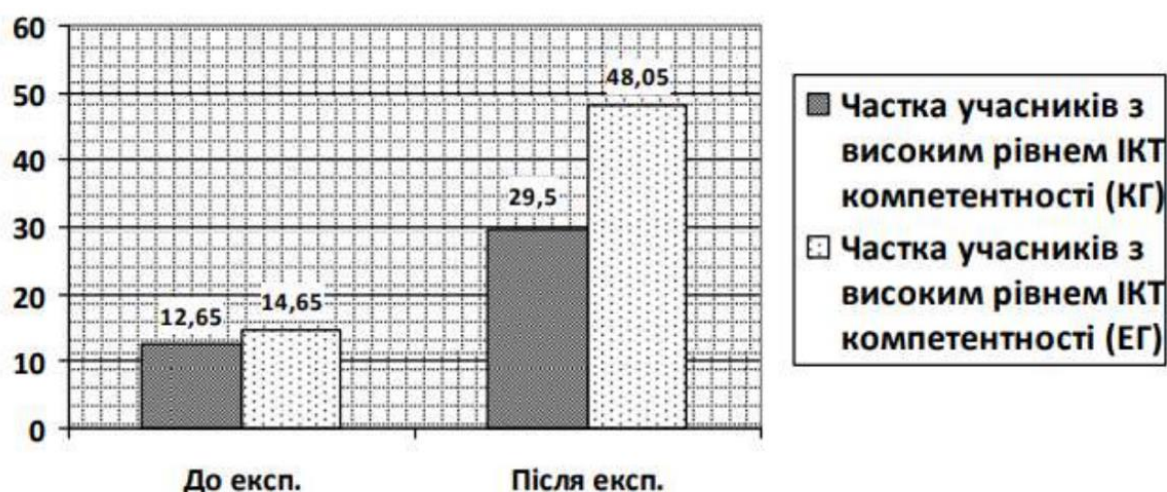


Рис. 21. Вимірювання рівня ІКТ-компетентності з використання хмарних технологій учасників експериментального дослідження

Технологія змішаного навчання є одним із актуальних трендів професійної підготовки фахівців медіа, реклами та PR. У проведених дослідженнях було висвітлено тему проєктування і використання відкритого хмароорієнтованого освітньо-наукового середовища ЗВО. Розроблено загальну модель формування й розвитку освітнього хмароорієнтованого середовища. Здійснено аналіз і оцінку досвіду впровадження і використання окремих сервісів і компонентів хмароорієнтованого освітньо-наукового середовища у закладах вищої освіти України, зокрема гібридної хмари AWS. Результати експериментальних досліджень використання сервісів хмароорієнтованого середовища в процесі

навчання наочно демонструють статистично значуще покращення організації і підвищення ефективності наукових досліджень. Суттєво покращилися показники ефективності впровадження (оприлюднення, розповсюдження і використання) їх результатів [Афанасьєв, Новохатько, Харамурза 2021, 1(19); Netreba та ін. 2022, 13(3); Новохатько та ін. 2019, 74(6); Horbenko, Netreba 2020; Bilan, Netreba 2021; Григоревська 2023, 1(99); Петренко 2023, 2(16)].

Медіакомунікативні технології. Проаналізовано основні групи технологій постіндустріального суспільства за сферами їх застосування та різновиди медіакомунікативних технологій. Розроблено загальну типологію. Визначено специфіку, сфери застосування, основні складники, етапи й типологічні різновиди технологій соціальної інженерії, медіапланування, мережевої комунікації (персоналізації, самопрезентації, блог-технології, технології транзактної медійної комунікації, конвергенції медіа в соціальних мережах). Результати дослідження впроваджено в освітній процес у форматі посібника та відповідного ЕНК [Іващенко 2021].

Технології електронних освітніх ресурсів (див. про це Розділ 5) [Ivashchenko, Yaskevych 2021].

РОЗДІЛ 5.

ЛЕКСИЧНИЙ МІНІМУМ МЕДІАЗНАВЦЯ ЯК ПЛАТФОРМА КОМУНІКАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ. МЕДІАСЛОВНИКАРСТВО

5.1. Дистанційний лексикографічний дискурс: медіаплатформи комунікативної взаємодії

(В. Л. Іващенко, Г. В. Горбенко)

«У науковій комунікації намітилася тенденція до дистанціювання представників не лише різних мовних спільнот, а й у межах одного мовного соціуму. В умовах глобальної цифровізації освітньо-наукового простору спостерігаємо домінування дистанційних форм роботи, що вимагає трансформації або пошуку нових платформ комунікативної взаємодії науковців» [Іващенко 2023, 2(16), с. 7]. Не оминув цей процес і сучасних лексикографів, що дає підстави активізувати дистанційний лексикографічний дискурс, який базується на використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, що стрімко розвиваються.

Аналіз медіаплатформ комунікативної взаємодії як репрезентантів дистанційного дискурсу лексикографічного типу передбачає:

- 1) визначення основних понять – «дистанційний дискурс», «лексикографічний дискурс», «термінографічний дискурс;
- 2) виявлення основних параметрів опису лексикографічного дискурсу;
- 3) з'ясування кореляції між типологічними різновидами дистанційного термінографічного дискурсу та медіаплатформами комунікативної взаємодії, що їх репрезентують.

Використання методу проблемного аналізу дозволило окреслити такі параметри опису дистанційного лексикографічного дискурсу: предмет комунікації; учасники (суб'єкти), канали, вектори комунікативної взаємодії (дискурсивні вектори) та засоби комунікації. Системний аналіз та метод сходження від абстрактного до конкретного дозволили в дистанційному форматі розмежувати: з одного боку, інтракультурний, інтеркультурний (міжкультурний), транскультурний та мультикультурний лексикографічні дискурси; з другого – типологічні різновиди (Рис. 22) дискурсу словника й словникової статті (Рис. 23), термінологічного (Рис. 24, 25) і термінографічного дискурсів (Рис. 26) та лексикографічний дискурс термінологічних шкіл (Рис. 27,

28) [Іващенко 2023, 2(16), с. 6; Іващенко, Горбенко, Гіденко 2020, 46(2), с. 669–691].



Рис. 22. Різновиди дистанційного лексикографічного дискурсу

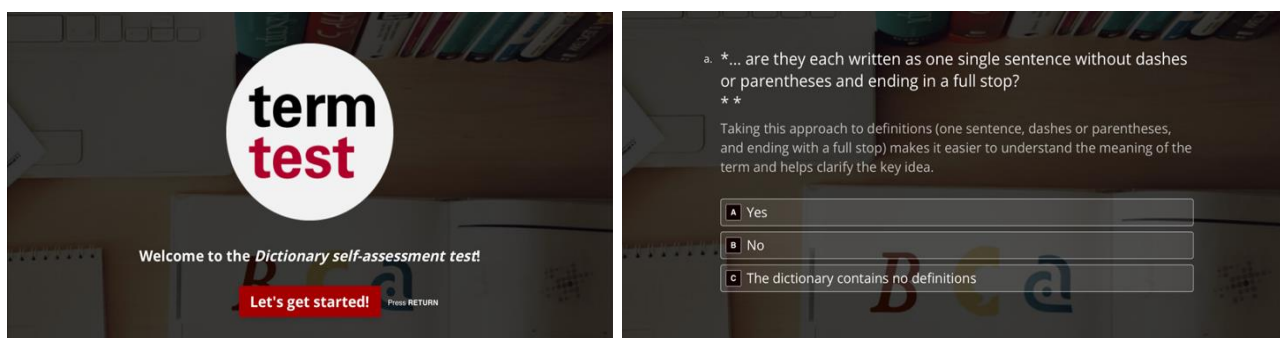


Рис. 23. Онлайн-інструмент первинного оцінювання термінологічних словників «ТермТест: словниковий тест для самооцінювання» («TermTest: Dictionary self-assessment test»)

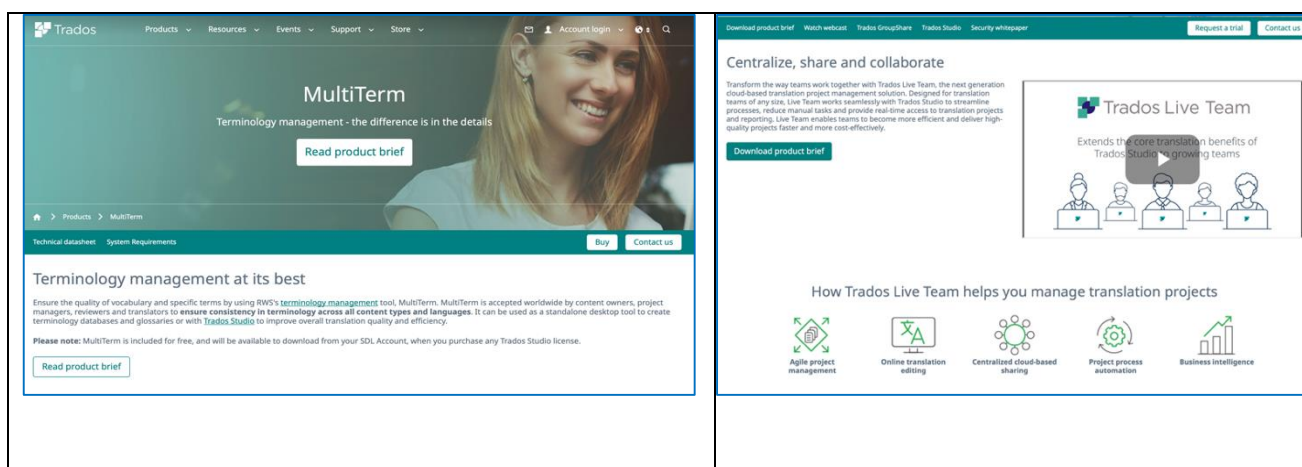


Рис. 24. Система написання словників «МультиТерм» («MultiTerm»)

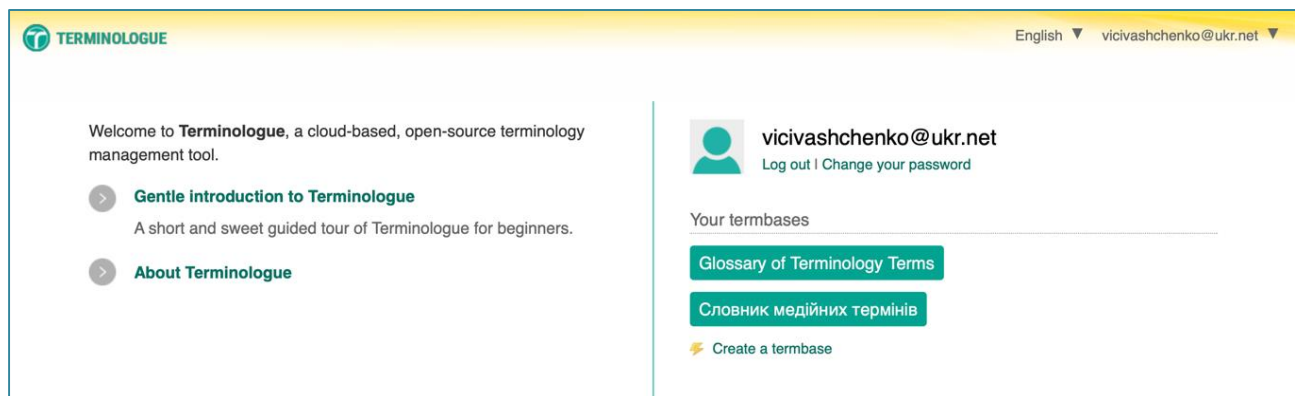


Рис. 25. Вебплатформа «Термінолог» («Terminologue»)

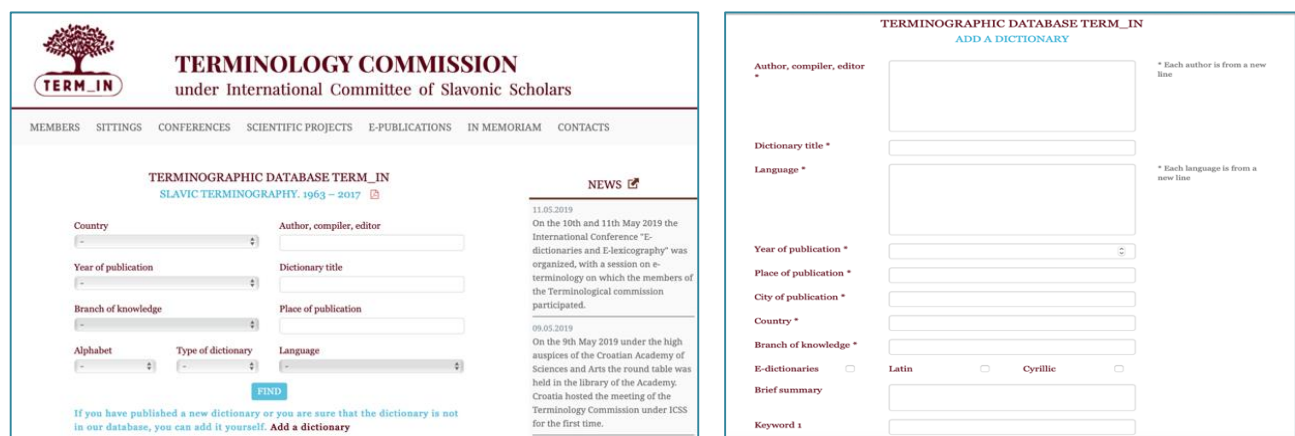


Рис. 26. Термінографічна база даних TERM_IN

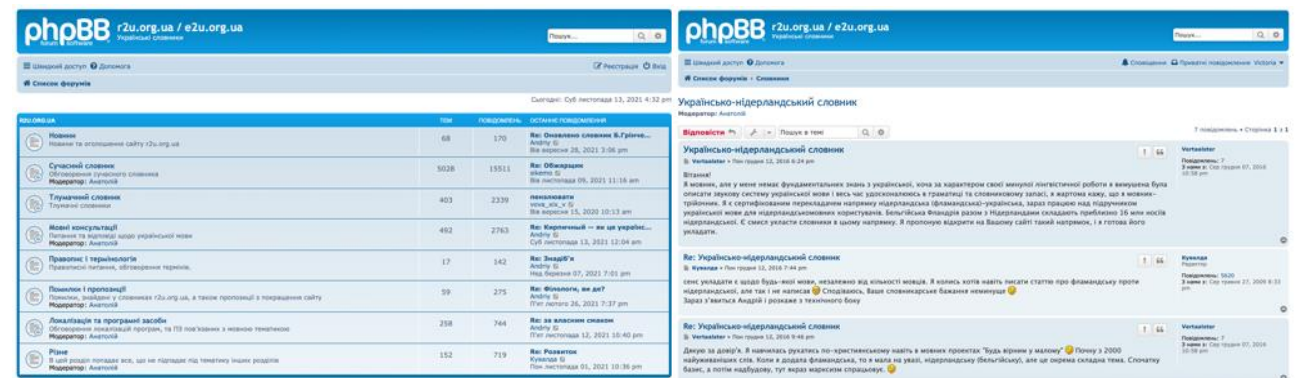


Рис. 27. Форум «Українські словники» (phpBB.forum.software)

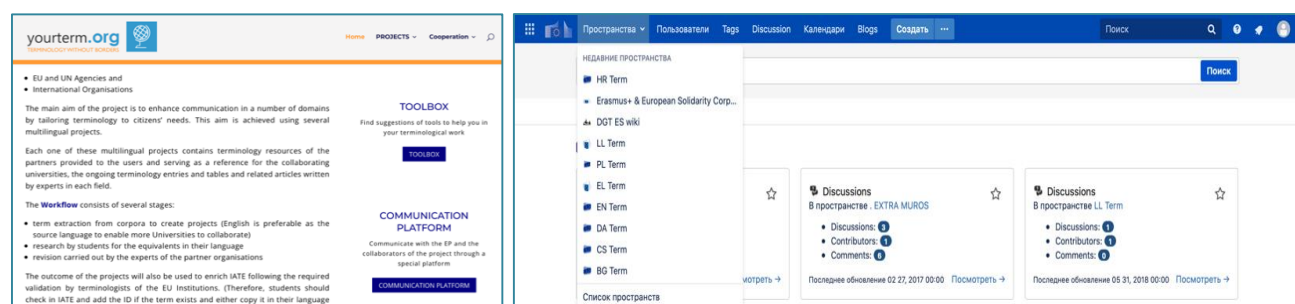


Рис. 28. Комунікативна платформа (Communication Platform) на вебсторінці «yourterm.org»

«Контент-аналіз та описовий метод увиразнили кореляції між різновидами дистанційного лексикографічного дискурсу та медіаплатформами комунікативної взаємодії, що їх репрезентують. Використання методів спостереження, лексикографічного, порівняльно-зіставного, системного аналізу та методу аналізу словникових дефініцій дозволило відповідно до трьох класифікаційних критеріїв (адресатного, каналу спілкування та відношення до етнокультури) виявити: основні різновиди лексикографічного дискурсу; співвідношення для кожного різновиду з відповідною платформою опосередкованої (дистанційної) комунікативної взаємодії. Встановлено, що різновиди лексикографічного дискурсу корелюють між собою за різними векторами комунікативної взаємодії. Така кореляція допомагає на конкретних прикладах з'ясувати, які медіаплатформи опосередкованої (дистанційної) комунікативної взаємодії як посередники можуть бути використані в тому чи іншому різновиді» [Іващенко 2023, 2(16), с. 6].

Комунікативна взаємодія в лексикографічному дискурсі передбачає не лише передавання інформації у форматі словника (тексту), а й обмін інформацією про словник у різних формах її вияву, зокрема й дистанційному. Репрезентантом лексикографічного дискурсу в усьому розмаїтті його векторів є, напр., онлайнова дискусійна вебплатформа «ЛексМіт» («LexMeet») (Рис. 29), що її заснувала Європейська лексикографічна структура (ELEXIS).

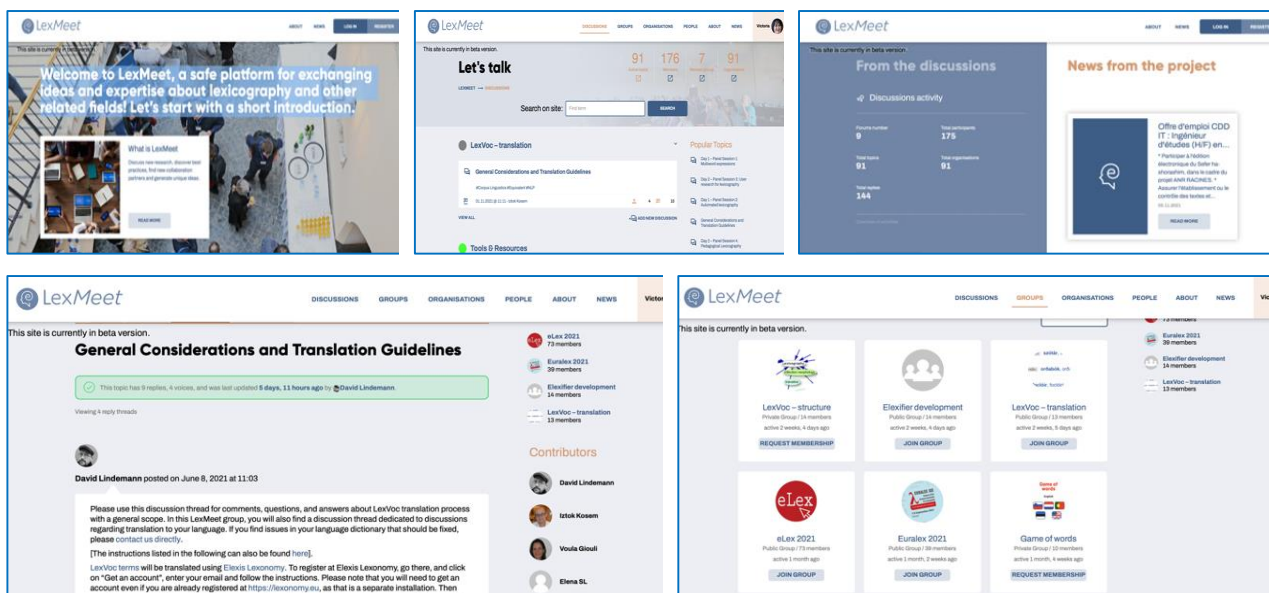


Рис. 29. Вебплатформа «ЛексМіт» («LexMeet»)

5.2. Лексичний мінімум медіазнавця:
довідкове навчальне видання та електронний освітній ресурс
(В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич)

Узагальнення світового досвіду створення комунікативних платформ як репрезентантів різних типів дистанційних лексикографічних / термінографічних дискурсів та визначення їхніх параметрів опису ініціювало створення комунікативної медіаплатформи актуалізації власне термінологічного дискурсу – «Лексичний мінімум медіазнавця», що репрезентує інтракультурний лексикографічний дистанційний дискурс із елементами транскультурного.

Такий дискурс тісно корелює проблематикою е-термінографії – одного з актуальних напрямів розвитку цифрової гуманітаристики. Зосередження уваги на актуальності створення таких платформ та аналіз нормативно-правової бази (Положення про електронні освітні ресурси від 01.10.2012 р. № 1060 [ред. наказу МОН України від 29.05. 2019 р. № 749]; ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості: чинний від 1991.01.01. Київ, 2010; ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ, 2016) спонукало до ґрунтовного вивчення термінів і понять цієї предметної сфери, що представлено у форматі послідовної кореляції 50-ти термінопонять за двома аспектними напрямками кореляції ключових понять:

(1) «[лексикографічний / термінографічний] дистанційний дискурс / інтернет-дискурс / комп'ютерний дискурс» / «дискурс словника» / «словниковий дискурс» – «віртуальна [лексикографічна / термінографічна] лабораторія» – «медіаплатформа комунікативної взаємодії»;

(2) «електронний освітній ресурс (ЕОР)» – «електронний [навчальний] [термінологічний] словник».

За аспектним напрямом (1) – проаналізовано й узагальнено європейський та український досвід створення медіаплатформ, що репрезентують різні типи дистанційних дискурсів (див. Рис. 23–29); розроблено типологію дискурсивних векторів для опису-моделювання дистанційного дискурсу та типологію лексикографічного / термінографічного дистанційного дискурсу як медіаплатформи комунікативної взаємодії у кореляції до електронних термінологічних словників і баз даних.

За аспектним напрямом (2) – проаналізовано й узагальнено європейський та український досвід створення електронних навчальних термінологічних словників і термінологічних баз даних (див. Рис. 30, 31, 32); на цій основі сформульовано пролегомени до типології електронних навчальних термінологічних словників як ЕОР, віртуальних термінографічних лабораторій;

визначено типологічний статус ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» [Ivashchenko, Yaskevych, Ivashchenko 2021, p. 48–55].

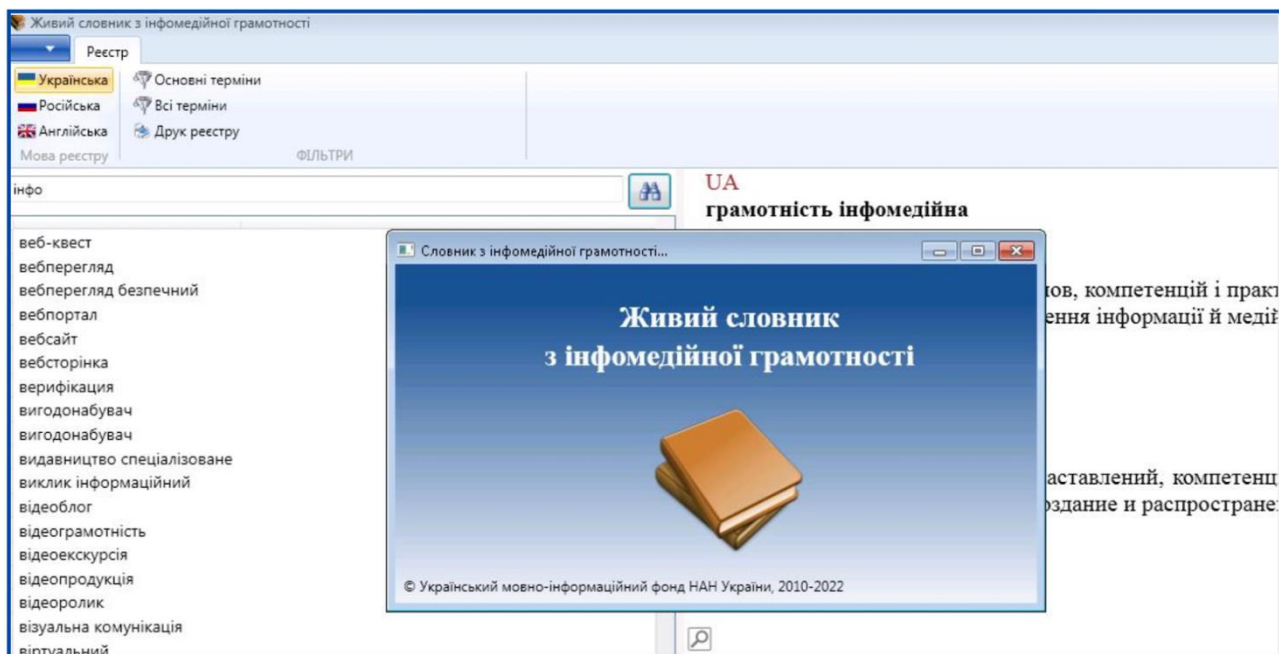


Рис. 30. Віртуальна лексикографічна лабораторія
«Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності»

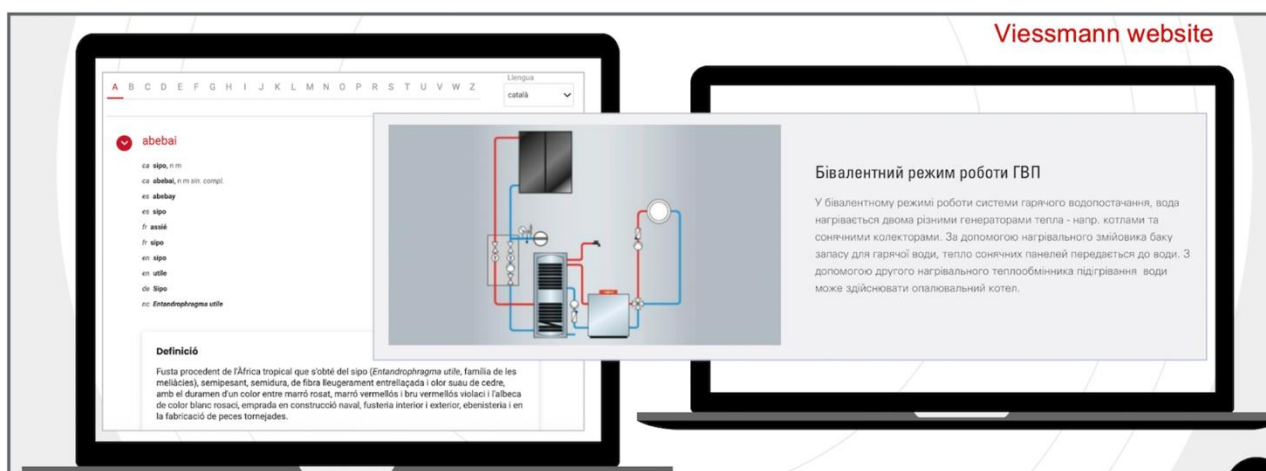


Рис. 31. Словник опалювальної техніки. VIESSMANN

Екстраполюючи розроблені типології на наш дослідницький об'єкт, зазначимо, що з-поміж усіх навчальних (за призначенням) електронних (за носієм інформації) довідкових (зокрема словникових) видань, у яких терміни подаються в затребуваному для користувача порядку, розрізняємо такі:

- за функціональною ознакою – термінологічні словники (за обсягом – короткі або словники-мінімуми), термінологічні енциклопедії;

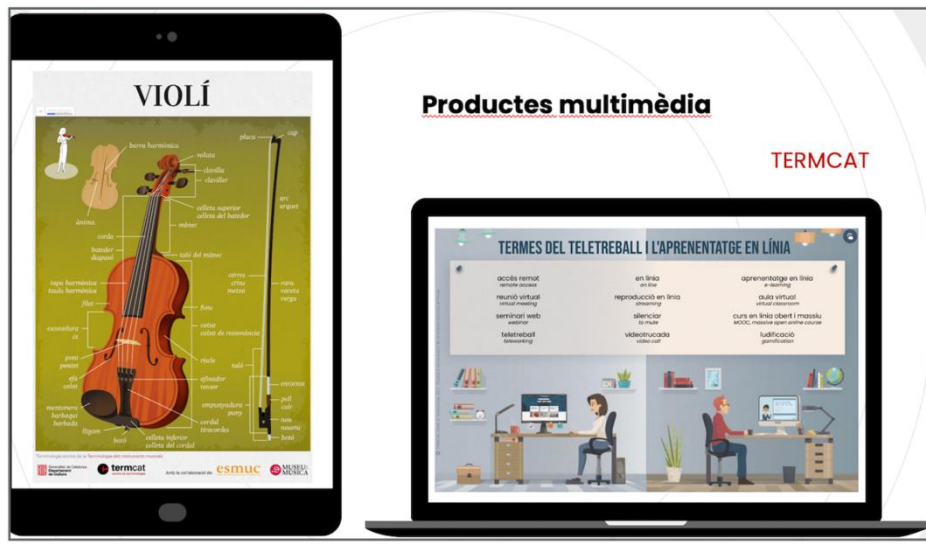


Рис. 32. TERMCAT, CENTRE DE TERMINOLOGIA, Barcelona, 2021: Violí; Termes del teletreball i l'aprenentatge en línia

- за предметною сферою – багатогалузеві, галузеві та вузькогалузеві словники / енциклопедії;
- за сферою застосування – інформаційно-пошукові системи, презентаційні видання;
- за способом семантизації термінів – тлумачні, перекладні, тлумачно-перекладні, тематичні словникові видання, енциклопедичні, ілюстративні видання;
- за споживацькою аудиторією (адресатом) – видання, призначені для дітей різного віку, учнів, студентів вищих навчальних закладів, іноземних фахівців, які опановують фах іншою мовою й відповідно вивчають термінологію цієї мовою для її використання в практиці професійної діяльності, на виробництві тощо;
- за інформаційною природою – текстові (символьні), образотворчі, звукові (аудіовидання), комбіновані видання;
- за форматом / структурою видання – однорідні (напр., у pdf-форматі), мономедійні, мультимедійні / аудіовізуальні (з аудіофрагментами, з анімаційними фрагментами, з цифровим відео), гіпертекстові, гіпермедійні (гіпертекст і мультимедіа);
- за наявністю друкованого еквівалента, або поліграфічним критерієм – оригінал-макети (редакційні електронні версії видань), похідні від друкованих видань, електронні аналоги, електронні копії друкованих видань, самостійні електронні видання як вид мультимедійних проєктів (мультимедійні додатки, презентації – лінійні, інтерактивні) та ін.;
- за технологією використання / поширення – локальні (офлайнові), мережеві (онлайнкові), комбінованого використання, або електронні ресурси комбінованого поширення;
- за характером взаємодії з користувачем – детерміновані, недетерміновані/інтерактивні видання (ресурси).

За категорійним статусом Лексичний мінімум медіазнавця – це ЕОР, що:

- корелює з навчальним та довідковим е-виданнями;
- інтегрує електронні навчальні термінологічні словники різних типів: формату віртуальної лексикографічної лабораторії та візуального словника;
- є медіаплатформою комунікативної взаємодії між викладачем і здобувачем вищої освіти, що корелює з дистанційним дискурсом.

За типологічним статусом – гіпермедійний (поєднує гіпертекст і мультимедіа) довідковий ЕОР, що корелює з електронним навчальним термінологічним словником комбінованого типу [Ivashchenko, Yaskevych, Ivashchenko 2021, р. 48–55].

Розроблено концепцію та експериментальну модель ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» (див. Рис. 33): описано його архітектоніку, змістове наповнення та особливості функціонування, обрано мову програмування та інтерфейс користувача. Ресурс створено як оновлювану в реальному часі та наповнювану новими функціями медіаплатформу комунікативної взаємодії викладача і здобувача вищої освіти / ступеня доктора філософії, що є експериментальною віртуальною лабораторією для опановування різних медіапрактик у форматі додатка, побудованого за принципом «Representational State Transfer» (REST) – підходом до архітектури мережевих протоколів, які надають доступ до інформаційних ресурсів, зокрема за Hyper Text Transfer Protocol (HTTP) в комп'ютерних мережах.

Використання таблиць Google Sheets дозволяє легко працювати укладачам словника. Рядок таблиці відповідає одному термінові, стовпці – різним полям опису відповідного терміна, зокрема: «Термін», «Етимологія терміна», «Еквівалент іншою мовою», «Синонім або відсилання до іншого терміна», «Словникове значення», «Контекстне значення», «Джерело». Створена таблиця автоматично синхронізується з Firebase Realtime database в режимі реального часу й виконує функцію сервісної частини, що надає розробникам API можливість синхронізувати дані додатків між клієнтами та зберігати їх у хмарі Firebase.

Користувацьку частину реалізовано як вебдодаток, який у режимі реального часу отримує дані з Firebase Realtime database. Він має:

- 1) вікно для пошуку й вибору терміна;
- 2) вікно реєстрових термінів із компонентом *media*;
- 3) вікно з даними про термін, у якому зафіксовано (за наявності): етимологію терміна, синонім або відсилання до іншого терміна, еквівалент іншою мовою, словникове і/або контекстне значення реєстрової термінологічної одиниці, джерело (за можливості з гіперпосиланням на е-словник чи наукову працю, з яких дібрано значення терміна);

4) верхнє меню піктограм, вибір яких уможлиблює репрезентувати кожен термін або у форматі покликання на наукові праці, у яких його засвідчено як ключовий, або у форматі відеоілюстрації, анімації, фотоілюстрації, презентації, покаста чи екранного диктора (вибірково для різних термінів);

5) бокове меню, що містить рубрики «Про проект», «Версія для людей із вадами зору», «Медіатека», «Словники медійних термінів», «Контакти», «Додати термін».

Розроблено користувацький інтерфейс ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» та адаптовано його до потреб людей із порушеннями зору.

Ресурс орієнтовано на вивчення циклу медіазнавчих дисциплін [Ivashchenko, Yaskevych, Ivashchenko 2021, p. 48–55].

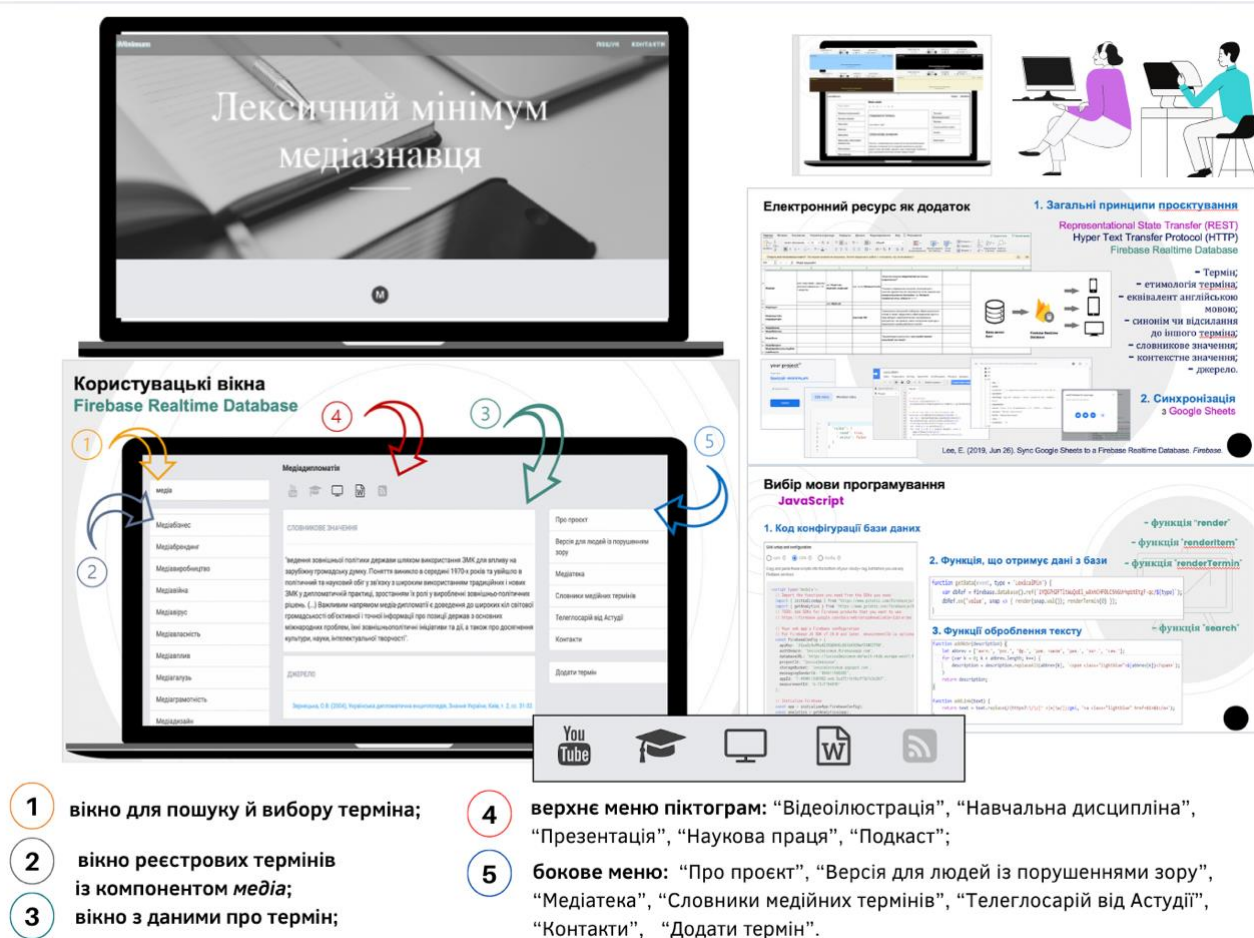


Рис. 33. ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця»

5.3. Лексичний мінімум медіазнавця як різновид медіасловника, дискурсивна лексикографічна практика та експериментальна віртуальна лабораторія (В. Л. Іващенко)

Сьогодні в українському мовознавстві активно виформовується новий напрям лексикографічної діяльності, який пов'язують із укладанням медійних словників – *медіалексикографія*. Засади медійної лексикографії, або медійного словникарства (медіасловникарства), сьогодні більшою мірою випрацьовують на принципах побудови дискурсивно-стилістичних словників, що тісно корелюють із проблематикою лексикографічного дискурсу, зокрема й дистанційного його різновиду як медіаплатформи комунікативної взаємодії [Іващенко 2023, 2(16), с. 6; Іващенко 2024, с. 130].

З огляду на розуміння в наукових працях медіаплатформ як телебачення, книги, вебсайту, соціальної мережі, реального світу (афіші, плакати), мультимедійної презентації, комп'ютерної гри тощо, до них можна віднести й самі словники, що є посередниками в комунікації, одним із різновидів фізичних носіїв інформації, засобів комунікації, каналів і водночас інструментів для збереження, передавання й подання інформації, яку містить словник, або в друкованому (традиційному), або в електронному (оцифрованому, онлайнному / мережевому) форматах. Електронні словники з відкритим кодом доступу (вільним доступом), що є інтерактивними ресурсами, на яких відбувається дистанційна комунікативна взаємодія користувачів між собою та користувачів і розробників цих ресурсів, якнайкраще репрезентують різні формати дистанційного лексикографічного дискурсу. Кожен різновид такого дискурсу відповідає тій чи іншій медіаплатформі опосередкованої (дистанційної) комунікативної взаємодії, що передбачає передавання інформації у форматі словника (тексту), а також обмін між користувачами платформ інформацією про словники, засади й принципи їх укладання, про впорядкування, унормування та гармонізацію лексичних / термінологічних одиниць у різних мовах тощо» [Іващенко 2024, с. 135–136].

В аспекті дискурсивних лексикографічних практик саме в галузі медійного словникарства нашу увагу привертає концептуальна багатозначність та лексична неоднорідність значення самого терміна *медійний словник*, що ґрунтується на семантиці терміна *медіа* (...). Медійні словники (медіасловники) в лексикографічному дискурсі сьогодні здебільшого репрезентують такі різновиди:

(1) словники мови медіа / мас-медіа / ЗМІ, або словники медіалексики (у вузькому розумінні медіа);

(2) мережеві, або [онлайн-]словники, глосарії, енциклопедії медійних термінів / медіатермінів (у широкому розумінні медіа), які використовують у галузі журналістики, текстології / лінгвістики тексту, видавничої справи, медіавиробництва, мультимедіа, екранних (аудіовізуальних) медіа / кіно та ширше нових медіа – мобільних пристроїв, відеоплатформ, комп'ютерної продукції, інтернету, соціальних медіа / мереж тощо;

(3) словники, глосарії, енциклопедії медіазнавчих термінів (термінів дисциплін медіазнавчого циклу). Сучасне медіазнавство «формується на перетині проблематики різних галузей знань, наук та наукових дисциплін, які між собою взаємодіють як конвергентні субсфери та (а) орієнтовані на вивчення й аналіз медіа, пов'язаних із ними дослідницьких об'єктів, процесів, явищ, поведінки людей, які послуговуються медіа, законодавчої бази про медіа, (б) використовують медіа в дослідницькій практиці, навчальному процесі, (в) відчують вплив із боку медіа та самі впливають на медіа й керують ними, (г) споживають медійний контент і поширюють його тощо» [Іващенко 2022, с. 31]. Дисципліни медіазнавчого циклу: медіологія, медіафілософія, медіаісторіографія / медіаархеологія, меліаетика, антропологія медіа / медіаантропологія, медіамедицина, медіалінгвістика, медіакритика, медіариторика, медіакомпаративістика, медіаекологія / екологія масової інформації, медіадидактика, медіапсихологія, медіапедагогіка, медіаменеджмент, медіаекономіка, медіасоціологія / соціологія медіа тощо;

(4) мультимедійні словники (зокрема аудіовізуальних медіапродуктів; більшою мірою комбіновані, поєднують мережеві / [онлайн-]словники медійних (у широкому розумінні медіа) або медіазнавчих термінів та продукти інфографіки, графіки, мультимедіа, що їх ілюструють; словники у форматі додатків із відео- та аудіоматеріалом) [Іващенко 2024, с. 137–139].

Створюваний на Факультеті журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця», з одного боку, є одним із різновидів медійного словника, зокрема мультимедійний словник, як вияв дискурсивної лексикографічної практики й водночас експериментальна віртуальна лабораторія, на платформі якої здобувачі вищої освіти всіх ріснів разом із науково-педагогічними працівниками опановують різні медіапрактики (див. Рис. 34).

Як експериментальна віртуальна лабораторія Лексичний мінімум медіазнавця інтегрує чотири сегменти:



Рис. 34. ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця» як експериментальна віртуальна лабораторія

Бібліографічна лабораторія (див. Рис. 35 та Додаток «Г»)) – створення бібліографічної бази даних «Словники медійних термінів» у форматі зібрання термінографічних праць, що фіксують термінологію різних галузей медіасфери (у широкому розумінні медіа). Рубрика «Словники медійних термінів» є в боковому меню ЕОР. Її активування розгортає два алфавітні покажчики (кирилицею та латиницею). Перехід за тією чи іншою літерою активізує відповідний перелік словників із гіперпосиланнями на їхні онлайн- та pdf-формати (там, де це можливо). Відтак користувач може ознайомитися з повними версіями словників. Станом на 2024 рік до бази внесено словники медіазнавства, медіаменеджменту, медіакультури, медіалінгвістики, журналістики, [мас-]медіа, соціальних медіа, новітніх медіа та комунікаційних технологій, телекомунікацій, телефонії, видавничої та книжкової справи, а також словники з медіаграмотності, інфомедійної грамотності, редакційно-видавничої комп'ютерної термінології, термінології медіатексту, відеоігор, вебдизайну, мобільних пристроїв, сенсорних жестів на мобільних пристроях, соціальної інформації та інтернету, візуалізації даних, відеоплатформ – всього 81 позиція. Бібліографічна лабораторія фактично є зібранням термінографічних праць, що певною мірою кваліфікує її і як термінографічну базу даних [Іващенко 2024, с. 145–146].

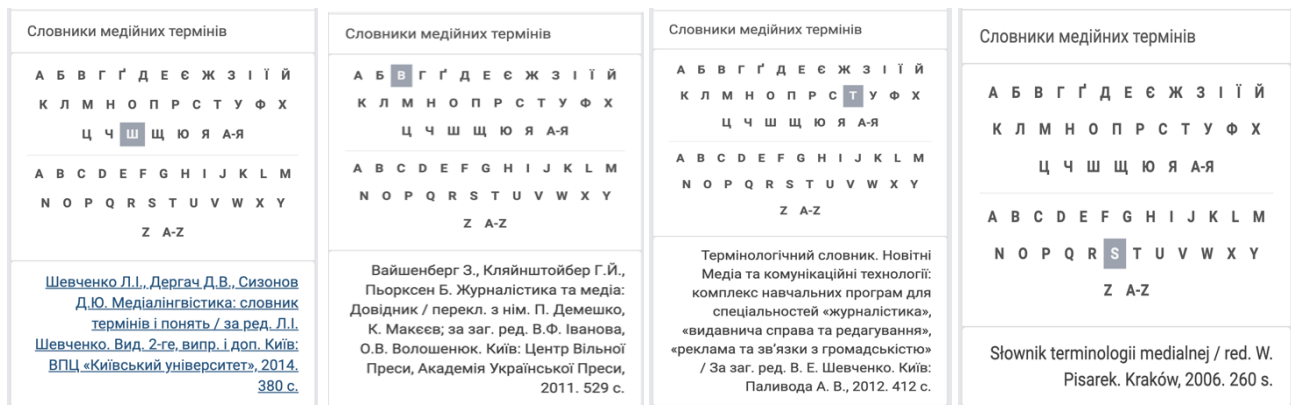


Рис. 35. Фрагменти бібліографічної бази даних «Словники медійних термінів»

Лексикографічна лабораторія (Рис. 36, 37; Додатки «А», «Б») – орієнтована на розроблення термінологічної та дефінітивної баз даних у форматах зібрання:

(а) термінів-репрезентантів обсягу поняття «медіазнавство» (називають наукові дисципліни медіазнавчого циклу або медіагалузь практичної діяльності) – формують онлайн-словник-мінімум термінів із компонентом *media-*, у якому можна здійснити інформаційний пошук за «вікном для пошуку й вибору терміна». Ці терміни (станом на 2024 р. їх у базі 141) розміщено в алфавітному порядку у «вікні реєстрових термінів», перехід за кожним із яких відкриває «вікно даних про термін» (словникова стаття), де зазначено таку інформацію: етимологія терміна, еквівалент іншою мовою, синонім або відсилання до іншого терміна, словникове значення, контекстне значення, джерело. Кожен термін ілюструють презентація, відеоролик, наукові праці та навчальні програми, що містять ключове слово із зазначеним компонентом. Пошук ілюстрацій здійснюється за піктограмами верхнього меню;

(б) кількох дефініцій того самого терміна, вибраних зі словників (рубрика «словникове значення» у «вікні даних про термін») і/або наукових праць (рубрика «контекстне значення» у «вікні даних про термін») із зазначенням джерел;

(в) термінів телебачення – формують мультимедійний словник-мінімум «Телегłosарій від Астудії», у якому терміни впорядковано за алфавітом у форматі списку відеофайлів про терміни (станом на 2024 р. їх завантажено 51);

(г) професіоналізмів медійної сфери – формують «Медіасловник» (на етапі створення) [Іващенко 2024, с. 146–148].

Пошук терміна		Телегласарій від Астудії
Масмедіа, мас-медіа	ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА	А Б В Г Г Д Е Є Ж З І Й
Медіа, медіа	ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ	К Л М Н О П Р С Т У Ф Х
Медіа аудіовізуальне	СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА	Ц Ч Ш Щ Ю Я А-Я
Медіа "гарячі"	СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ	Камкордер
Медіа ділові	КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ	Кліп, відеокліп
Медіа друковане		Комедія ситуацій, ситком
Медіа електронні		Коментар
Медіа інтерактивні		Кореспондент
Медіа міжнародні		
Медіа нові		
Медіа новітні		

Рис. 36. Фрагменти термінологічних баз даних
Словника-мінімуму термінів медіазнавства та Телегласарію від Астудії

Медіалексикографія (медійна лексикографія)	
СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА	КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ
син. Медіасловникарство	"комплексна назва, що об'єднує різні типи медійних словників (описові, дискурсивні, термінологічні, перекладні та ін.), що систематизують фахову термінологію та професійну лексику працівників медіа".
СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ	ДЖЕРЕЛО
"інноваційний напрямок сучасної комунікативної лінгвістики, що відбиває актуальні тенденції розвитку комунікативної сфери суспільного життя. З середини 20 століття професійний інтерес дослідників мас-медіа до слова у ЗМІ виявився не лише у створенні численних різножанрових наукових творів, але й у спробах представити систему понять, операційних для медіа".	Шевченко, Л. І. & Сизонов, Д. Ю. (2021). "Медійна лексикографія в польсько-українській диспозиції: функціональні інновації", <i>Slavia Orientalis</i> , LXX(3), с. 645.
ДЖЕРЕЛО	КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ
"Медійна лексикографія", Вікіпедія (26 червня, 2020).	"лексикографічний напрямок, в основу якого покладено аналіз медійного дискурсу – його мови, стилістичних засобів, комунікативних тактик та стратегій, що можуть стати об'єктом для дослідження та систематизації у вигляді словників".
	ДЖЕРЕЛО
	Шевченко, Л. І. & Сизонов, Д. Ю. (2021). "Медійна лексикографія в польсько-українській диспозиції: функціональні інновації", <i>Slavia Orientalis</i> , LXX(3), с. 646.

Рис. 37. Фрагмент дефінітивної бази терміна *медіалексикографія*

Медіалабораторія (Рис. 37, 38; Додатки «Б», «В») – формування бази візуальних та аудіовізуальних даних у форматі зібрання презентацій, аудіо- та відеороликів про терміни, які активуються:

(а) після переходу до піктограм «Відеоілюстрація» та «Презентація» верхнього меню – для словника медіазнавчих термінів із компонентом *медіа-*;

(б) після вибору в рубриці бокового меню «Телеглосарій від Астудії» того чи іншого терміна телебачення в плейлисті відеофайлів, які розміщено на ютуб-каналі Астудії Університету Грінченка. Станом на 2024 р. до бази ЕОР завантажено 42 презентації та 77 відеороликів до термінів [Іващенко 2024, с. 148].

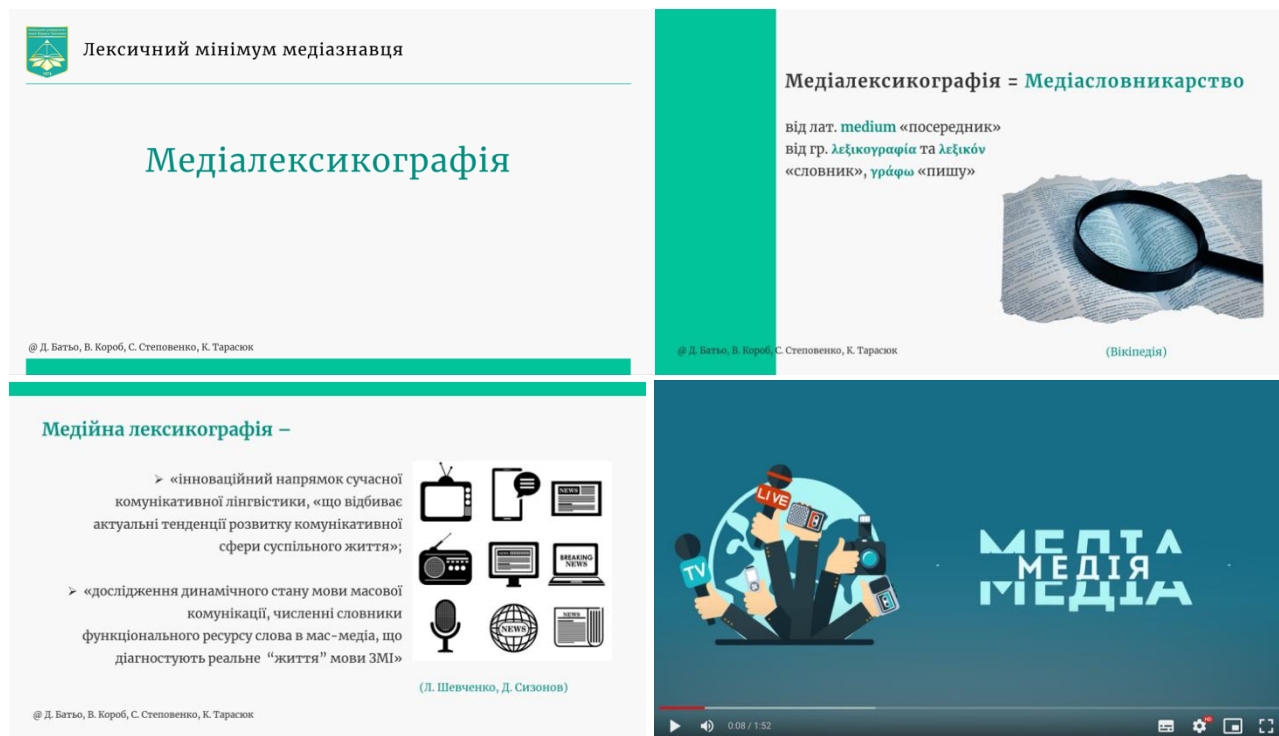


Рис. 37. Фрагменти презентації та відеопрезентації до терміна *медіалексикографія*

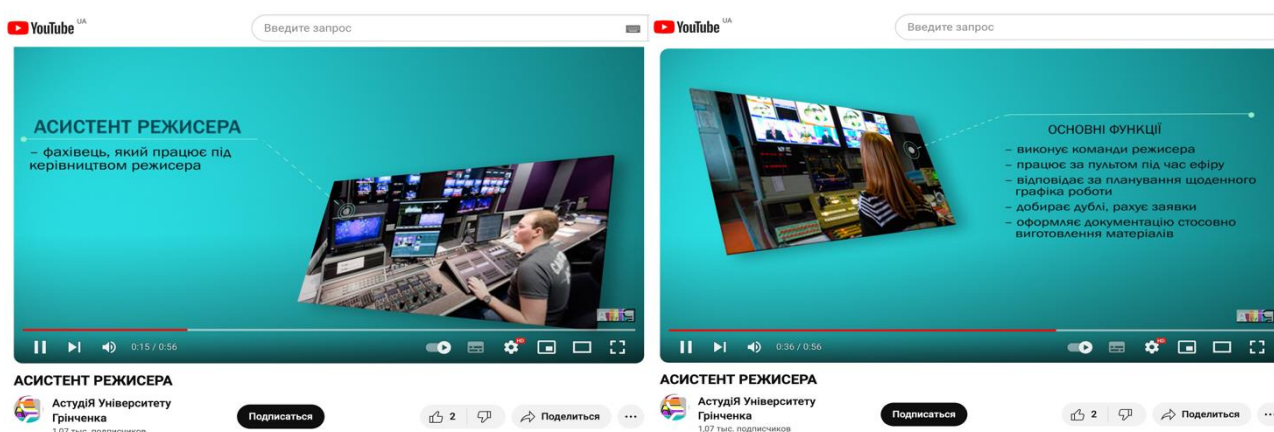


Рис. 38. Фрагменти відеоролика до терміна *асистент режисера* Телеглосарію від Астудії

Навчально-дослідницька лабораторія (Рис. 39, Табл. 6). Передбачає створення на одній платформі бази наукових праць та робочих навчальних програми науково-педагогічних працівників Факультету журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, у яких фігурує термін із компонентом *медіа*-. Станом на 2024 р. до бази завантажено 30 наукових праць та 80 навчальних програм [Іващенко 2024, с. 137–139].

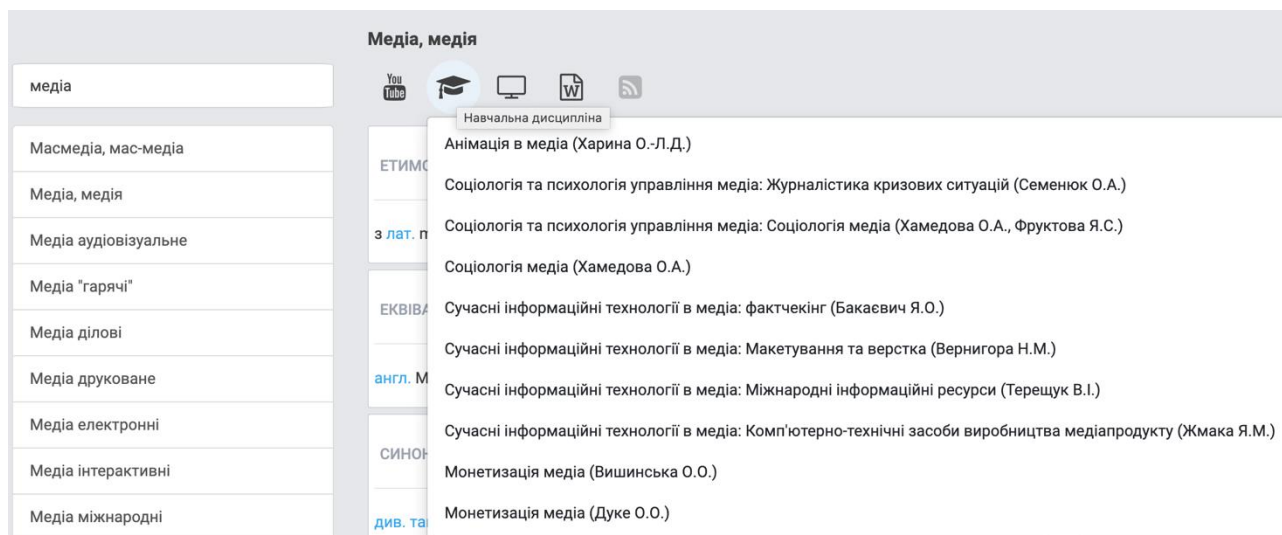


Рис. 39. Фрагмент бази навчальних програм Факультету журналістики до терміна *медіа*

Табл. 6. Навчальні програми Факультету журналістики в кореляції зі Словником-мінімумом термінів медіазнавства

Термін	Навчальна дисципліна
Медіа, медіа	Анімація в медіа (Харина О.-Л.Д.) Соціологія та психологія управління медіа: Журналістика кризових ситуацій (Семенюк О.А.) Соціологія та психологія управління медіа: Соціологія медіа (Хамедова О.А., Фруктова Я.С.) Соціологія медіа (Хамедова О.А.) Сучасні інформаційні технології в медіа: фактчекінг (Бакаєвич Я.О.) Сучасні інформаційні технології в медіа: Макетування та верстка (Вернигора Н.М.) Сучасні інформаційні технології в медіа: Міжнародні інформаційні ресурси (Терещук В.І.) Сучасні інформаційні технології в медіа: Комп'ютерно-технічні засоби виробництва медіапродукту (Жмака Я.М.) Монетизація медіа (Вишинська О.О.) Монетизація медіа (Дуке О.О.)
Медіа новітні	Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту (Одаренко О.В.) Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування мультимедійного контенту (Досенко А.К.)

	Теорія і практика новітніх медій: Планування діяльності конвергентних редакцій (Усенко Ю.В.) Теорія і практика новітніх медій. Виробництво та просування радіопроєктів (Южда Г.Г.) Теорія і практика новітніх медій: Виробництво та просування телепроєктів (Южда Г.Г.)
Медіа соціальні	Психологія соціальних медіа: комунікаційні стратегії побудови репутації (Росінська О.А.) Психологія соціальних медіа: кіберпсихологія (Фруктова Я.С.) Редагування в соціальних медіа: Контент-редагування (Балабанова К.Є.)
Медіа цифрові	Вебаналітика в цифрових медіа (Кантур О.М.)
Медіааналітика	Дослідження медіаринку: Медіааналітика (Васьків М.С.)
Медіабезпека	Медіаіндустрія та медіабезпека: Медіабезпека (Досенко А.К.) Медіаіндустрія та медіабезпека: Організація роботи пресслужб (Нетреба М.М.)
Медіабізнес	Інтернет: медіабізнес (Дукє О.О.)
Медіавиробництво	Медіавиробництво: Виробництво інтернет-контенту (Досенко А.К.) Медіавиробництво: Газетно-журнальне виробництво (Бикова О.М.) Медіавиробництво: Телевиробництво (Досенко А.К.) Медіавиробництво: Радіовиробництво (Южда Г.Г.) Медіавиробництво: Більд-редагування (Ратушний Р.Я.) Програма виробничої практики (технології медіавиробництва) (Вернигора Н.М.) Журналістські студії (технології медіавиробництва) (Кравченко С.І., Куцай Т.І.)
Медіаграмотність	Медіаграмотність та професійні стандарти ЗМ: Професійні стандарти та журналістська етика (Журавська О.В.) Медіаграмотність (Фруктова Я.С.)
Медіадослідження	Методологія медіадосліджень: Візуалізація даних (Гарачковський О., Бакаєвич Я.О.) Методологія медіадосліджень: Візуалізація даних (Гарачковський О.І.) Методологія медіадосліджень: Аналітика і прогностика (Васьків М.С.) Методологія медіадосліджень: Глобальні та локальні медіа (Досенко А.К.)
Медіаекономіка	Економічні аспекти міжнародної журналістики: Медіаекономіка (Бикова О.М., Яценко В.О.)
Медіаіндустрія	Медіаіндустрія та медіабезпека: Медіаіндустрія (Досенко А.К.) Медіаіндустрія та медіабезпека: Організація роботи пресслужб (Нетреба М.М.)
Медіаконсалтинг	Медіаконсалтинг (Масімова Л.Г.)
Медіаконтент	Візуалізація медіа-контенту: Більд-редагування (Бакаєвич Я.)
Медіакритика, медійна критика	Медіакритика (Семенюк О.А.) Медіакритика (Погребняк І.В., Земляна І.О., Захаров В.В.)

Медіакультура	Медіакультура (Малюк Є.О.) Медіакультура, медіабезпека та медіаосвіта: Медіакультура (Одаренко О.В.)
Медіамаркетинг	Соціологія та психологія управління медіа: медіаменеджмент та медіамаркетинг (Мельниченко А., Грисюк В.) Соціологія та психологія управління медіа: Медіаменеджмент і медіамаркетинг (Сардарян К.Г.)
Медіаменеджмент	Соціологія та психологія управління медіа: медіаменеджмент та медіамаркетинг (Мельниченко А., Грисюк В.) Соціологія та психологія управління медіа: Медіаменеджмент і медіамаркетинг (Сардарян К.Г.)
Медіаосвіта	Медіакультура, медіабезпека та медіаосвіта: Медіакультура (Одаренко О.В.) Медіаосвіта (Фруктова Я.С.) Медіаграмотність: Медіаосвіта (Фруктова Я.С.)
Медіапланування	Журналістика та інформація: Медіапланування (Ужанська Т.І.)
Медіаполітика	Медіаправо та інформаційна безпека: Медіаполітика та інформаційна безпека (Васьків М.С.) Медіарегулювання: Медіаполітика (Гондюл О.Д., Георгієвська В.В.)
Медіаправо	Медіаправо та інформаційна безпека: Медіаправо та захист інтелектуальної власності (Грисюк В.) Медіарегулювання: Медіаправо (Георгієвська В.В.) Медіаправо та інформаційна безпека: Медіаправо та захист інтелектуальної власності (Георгієвська В.В.)
Медіапродукт	Сучасні інформаційно-технології в медіа: Комп'ютерно-технічні засоби виробництва медіапродукту (Жмака Я.М.) Основи виробництва медіапродукту: Виробництво інтернет-контенту (Одаренко О.В., Досенко А.К.)
Медіапроект цифровий	Контент-продюсування цифрових медіапроектів
Медіапростір інклюзивний	Інклюзивний медіапростір: європейський досвід
Медіапросьюмеризм	Психологія медіапросьюмерів
Медіапсихологія	Соціологія та психологія управління медіа: Медіапсихологія Соціологія та психологія медіа: Медіапсихологія
Медіарегулювання	Медіарегулювання: Медіаправо Медіарегулювання: Медіаполітика
Медіарілейшнз	Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз Практики комерційної комунікаційної діяльності: Медіарілейшнз Мелдіарілейшнз
Медіаринок	Дослідження медіаринку: Медіааналітика Дослідження медіаринку: Інформаційно-комунікаційний менеджмент Дослідження медіаринку: Аналіз медіаринку Дослідження медіаринку: Контент-маркетинг у цифрових медіа
Медіасистема	Масова комунікація та інформація: світові медіасистеми

Медіатекст	Українська мова у професійному спілкуванні: технологія створення медіатексту Українська мова у професійному спілкуванні: технологія створення медіатексту Семіотика медіатексту Жанри та стилі медіатексту: Літературний стиль Жанри та стилі медіатексту: Літературний стиль
Медіатехнології, медійні технології	Сучасні медіакомунікативні технології

Упровадження Лексичного мінімуму медіазнавця до освітнього процесу Факультету журналістики передбачало:

1. Використання ЕОР в межах викладання 20-ти навчальних дисциплін у форматі виконання різних типів завдань Наприклад, у межах викладання навчальної дисципліни «Університетські студії: Основи досліджень» (для студентів спеціальності 061 «Журналістика» освітньої програми 061.00.03 «Видавнича справа та редагування» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти) основними з яких були такі:

- збирання первинних даних для словникової статті того чи іншого терміна та представлення їх у форматі структурованої за певними рубриками таблички як моделі «вікно даних про термін» ЕОР (див. Табл. 7);
- створення презентацій та відеороликів для візуалізації даних (див. Рис. 37–38);
- редагування первинної інформації, презентацій, відеороликів;
- конвертація словникової статті терміна, відеофайлів, pdf-файлів та презентацій до відповідних баз даних ресурсу (див. Рис. 36–37), на платформі якого студенти разом із викладачами опановують різні медіапрактики – вчаться створювати медійні продукти, що ілюструють терміни [Іващенко 2024, с. 150; Іващенко, Вжешневська, Казьміна, Кардасевич 2024, 1(17), с. 6–14].

Табл. 7. Шаблон словникової статті ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця»

Ключовий термін українською мовою	Етимологія терміна (мовою оригіналу)	Еквівалент англійською мовою	Синонім або відсилення до іншого терміна українською мовою (за наявності)	Словникове значення (зафіксоване в словнику мовою оригіналу – українською, ан-	Контекстне значення (засвідчене в тексті наукової праці або в навчальній літературі мовою оригіналу –	Джерело (повний бібліографічний опис за ДСТУ 2015 із зазначенням сторінки цитування)
-----------------------------------	--------------------------------------	------------------------------	---	--	---	--

				гліської або поль- ською)	українською, англійською або польською)	
--	--	--	--	---------------------------------	--	--

2. Опитування:

а) «Про використання Лексичного мінімуму медіазнавця в освітньому процесі Факультету журналістики» (2023) з метою з'ясування користувацьких запитів на ЕОР та узагальнення результатів, у якому взяли участь 70 здобувачів вищої освіти всіх рівнів та науково-педагогічні працівники. Напр.: на запитання «Чи знаєте Ви щось про Лексичний мінімум медіазнавця?» 81,4% опитуваних відповіли «так»; на запитання «Ви використовуєте Лексичний мінімум медіазнавця?» 62,9% відповіли «так»; на запитання «Якщо так, то з якою метою?» 58,8% студентів зазначили, що використовують для навчання; на запитання «Що Вам сподобалося в Лексичному мінімумі медіазнавця?» були такі відповіді: «зручний у користуванні», «швидкий пошук термінів», «різні формати представлення термінів», «хороша ідея проєкту», «є додаткова інформація», «є можливість дізнатися про невідомий термін через усі його визначення», «є джерела» та ін.» [Іващенко 2024, с. 150] (див. Рис. 40);

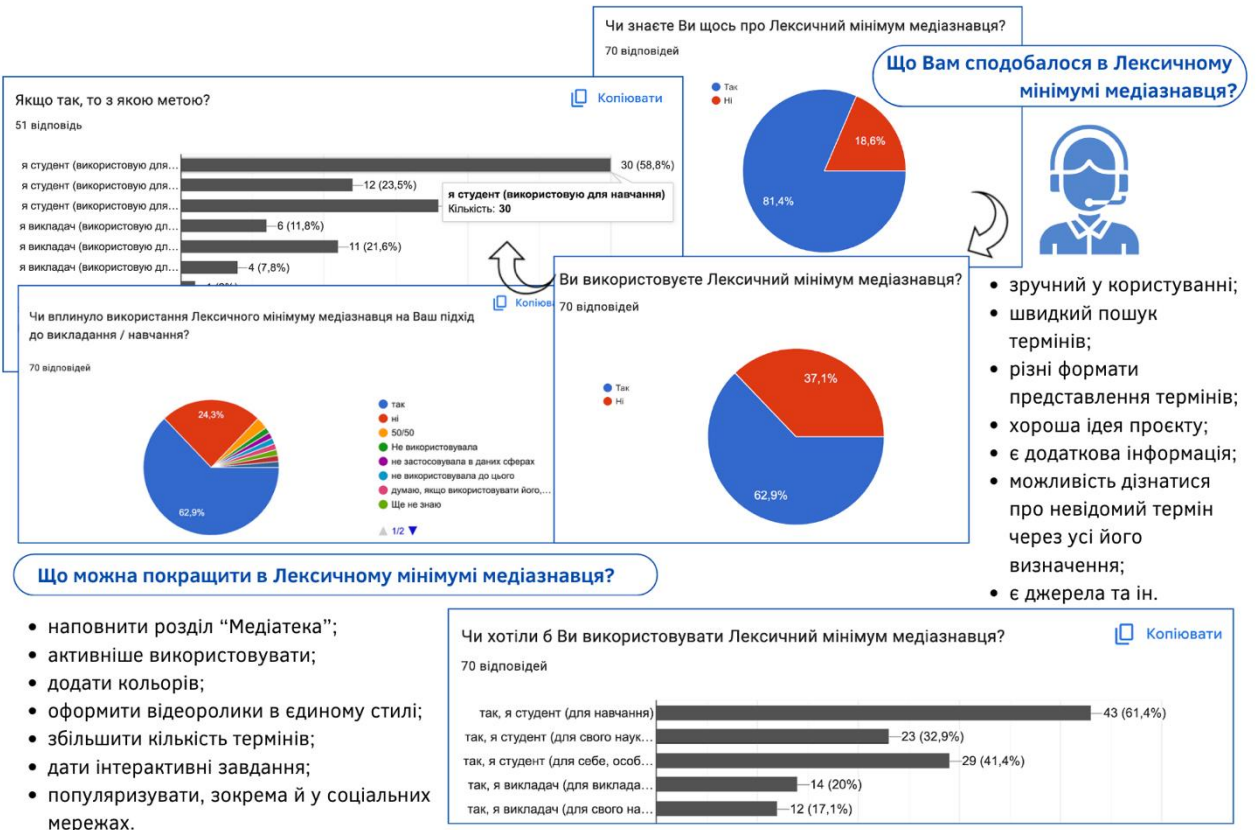


Рис. 40. Фрагменти результату опитування «Про використання Лексичного мінімуму медіазнавця в освітньому процесі Факультету журналістики» (2023)

б) «Обираємо слово року» (2024), в якому взяли участь здобувачі вищої освіти та науково-педагогічні працівники Університету Грінченка (130 респондентів) (див. результат опитування на Рис. 41).

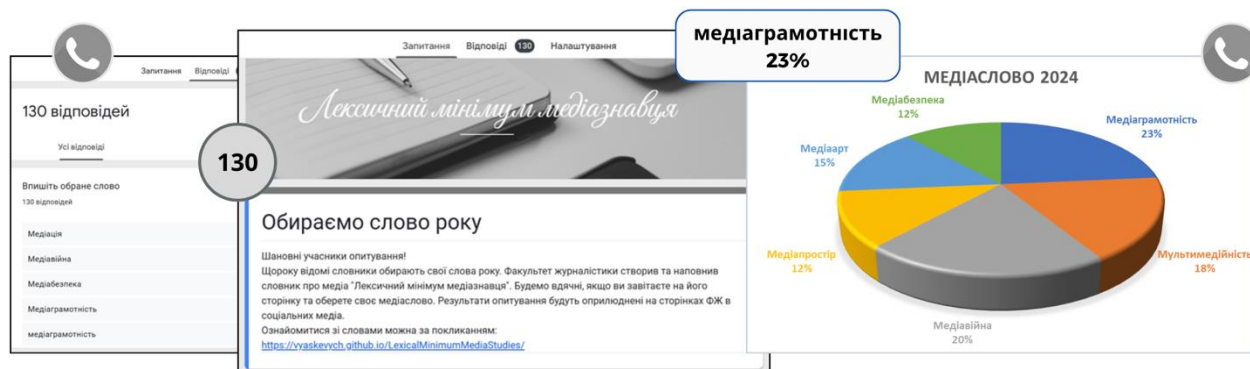


Рис. 41. Результати опитування «Обираємо слово року» (2024)

3. Організація та проведення: а) онлайн-квестів від Наукового товариства Інституту / Факультету журналістики «ІЖмедіа в пошуках сенсу» (2021) та «МедіаГра. Прокачай свою медіаграмотність» (2023), мета яких – поглибити знання з медійної термінології (Рис. 42).



Рис. 42. Онлайн-квести від Наукового товариства Інституту / Факультету журналістики «ІЖмедіа в пошуках сенсу» та «МедіаГра. Прокачай свою медіаграмотність»

«Отже, сьогодні в українському науково-освітньому дискурсі сформувався новий напрям лексикографічної діяльності – медіалексикографія (медіасловникарство) як різновид дискурсивної лексикографії, який кваліфіковано інноваційним у структурі комунікативної лінгвістики. Він започаткував серію дискурсивно-стилістичних медійних словників (у розумінні медіа як мас-медіа / ЗМІ). Інституціоналізацію цього напрямку засвідчують: наявність теоретико-методологічних положень, а отже, й наукових досліджень, у яких їх прописано; практика укладання медіалексикографічних праць – термінологічних словників та словникового проекту неологізмів і фразеологізмів у медіа, що сигналізує про активну словникарську роботу; наявність

медіалексикографічних продуктів; викладання навчальної дисципліни за назвою нового дослідницького напрямку, розроблення його термінологічно-поняттєвого апарату.

Сьогодні можна також засвідчити ще один вектор розвитку медіасловникарства, пов'язаний із широким розумінням медіа, який реалізує себе більшою мірою в межах комп'ютерної лінгвістики та медіазнавства. Він пов'язаний зі створенням онлайн-ових гіпермедійних термінологічних словників формату ЕОР як віртуальних лабораторій, у яких терміни візуалізовано в різний спосіб (через плакати, [інтерактивну] інфографіку, візуальні історії, відео тощо). Таких словників поки що в Україні мало. За кореляцією основних термінопонять ЕОР може поєднувати в собі функціональне призначення різних типів е-ресурсів, що відбивають специфіку дистанційного термінографічного дискурсу.

Одним із різновидів такого ЕОР є «Лексичний мінімум медіазнавця», який:

- (1) забезпечує: (а) інформацією про базову термінологію предметної сфери «медіазнавство», що формує термінологічну компетентність здобувачів освіти та науково-педагогічних працівників; (б) знаннями про актуальну бібліографію словників медійних термінів, наукові праці медіазнавчої проблематики та навчальні дисципліни;

- (2) формує практичні навички: (а) з технологій створення презентацій, відеороликів про терміни (вміння візуалізувати, аудіювати та інтерактивно представляти дані для посилення ефекту пізнання); (б) систематизації термінологічних кейсів та медіаданих, зібраних на одній платформі.

Цей ресурс відповідає сучасним запитам на створення такого типу медіаплатформ для комунікативної взаємодії викладачів і здобувачів усіх рівнів вищої освіти» [Іващенко 2024, с. 151].

ВИСНОВКИ

1. Розбудова теорії масової комунікації як наукової та навчальної дисципліни стала основою для формування нової міждисциплінароної галузі знання – науки про медіа (медіазнавства).

2. У науково-освітніх дискурсах багатьох країн сьогодні формуються медіадослідження як дослідницькі напрями, що корелюють зі структурними підрозділами медіазнавства та засвідчують розбудову його наукових шкіл.

3. ОП та ОНП медіазнавчого циклу активно впроваджуються до навчальних процесів закордонних ЗВО. В Україні ця практика лише започатковується, що вимагає глибшого аналізу.

4. Лідером періодичних видань медіазнавчої проблематики (за даними видань Німеччини, Італії, Франції, Іспанії, Великої Британії), у назві яких фігурує титульний термін галузі та деяких її структурних підрозділів, є Німеччина.

5. Помітною стала тенденція до створення медіазнавчих / медіадослідницьких інституцій (інститутів, товариств, факультетів, кафедр, центрів, асоціацій, шкіл) на базі університетів задля подолання прогалин в освітній політиці, яка свого часу не враховувала медіанауковий досвід.

6. В Україні при ЗВО немає спеціальних медіазнавчих інститутів, факультетів та кафедр, проте є дві лабораторії медіадосліджень.

7. У закордонних ЗВО більшість медіаінституцій формату лабораторій, шкіл, центрів, хабів є науково-дослідницькими. В українських ЗВО таких інституцій лише 35%.

8. Ознайомлення зі світовою практикою створення науково-дослідницьких медіалабораторій / медіацентрів та лабораторій медіадосліджень при ЗВО сприяло розробленню та впровадженню до освітнього процесу спочатку моделі Центру медіаосвіти на базі Медіашколи Університету Грінченка, а згодом унікального проєкту ФЖ «Медіахаб Університету Грінченка», структурованого за медіаосвітнім, медіавиробничим та медіадослідницьким секторами.

9. Розроблення системи медіапрактик, типології технологій формування професіоналізму майбутніх фахівців медіа, упровадження їх до навчального процесу формує медіаінформаційну компетентність, уміння створювати різні медіапродукти, використовувати їх в освітньому процесі та в подальшій професійній діяльності.

10. Опанувати різні медіапрактики й сформувати термінологічну компетентність майбутніх фахівців медіа допомагає ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця», який поєднує функціональне призначення різних типів е-ресурсів.

11. В Україні бракує онлайн-ових гіпермедійних термінологічних словників формату ЕОР як лексикографічних лабораторій, у яких терміни візуалізовано в різний спосіб (через плакати, [інтерактивну] інфографіку, візуальні історії, відео тощо).

12. ЕОР «Лексичний мінімум медіазнавця»: 1) забезпечує: інформацією про базову термінологію предметної сфери «медіазнавство», на основі якої формується термінологічна компетентність здобувачів освіти та НПП; знаннями про актуальну бібліографію словників медійних термінів, наукових праць медіазнавчої проблематики та НД; 2) формує практичні навички: з технологій створення презентацій, відеороликів про терміни (вміння візуалізувати, аудіювати та інтерактивно представляти дані для посилення ефекту пізнання); із систематизації термінологічних кейсів та медіаданих, зібраних на одній платформі.

СПИСОК ОСНОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ

Статті у виданнях, що індексуються в наукометричних базах даних
«Scopus», «Web of Science»

1. Afanasiev I. Renaming of Streets In Ukrainian Regional Centers during 2010–2019: Offensives and Compromises. *Ideology and Politics Journal*. 2020. No. 2(16). P. 321–339.
2. Angelova M., Brovko O., Zrazhevskaya N., Lisnevskaya A., Polishchuk T., Fruktova Ya. The Specifics of Creating Student Multimedia Projects in University Humanitarian Education under the Conditions of the Pandemic. *International Journal of Information and Education Technology*. 2022. Vol. 12. No. 11. P. 1198–1204.
3. Bakhmat N., Ridei N., Liubarets V., Ivashchenko V., Petrovska O., Averina K. Information Technology in Incentive Management in Student Learning. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. № 21(2). P. 142–147.
4. Docenko A., Iuksek G., Synowiec A., Pohrebniak I., Shevchenko V. Communication platforms: New positions and appointment. *International Journal of Management*. 2020. Vol. 11(3). P. 294–303.
5. Ivashchenko V., Hondiul O. «Game Media» and «Game Journalism»: Correlation of Concepts in English-Ukrainian Terminological Equivalents. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*. 2024. Vol. 50 (на індексації).
6. Ivashchenko V., Yaskovych V., Ivashchenko D. «Lexical Minimum of Media Scientist»: Reference Learning Edition as an Educational E-Resource. *Proceedings of Digital Humanities Workshop (DHW 2021)* (December 23, 2021, Kyiv, Ukraine). New York: The Association for Computing Machinery, 2021. P. 48–55.
7. Ivashchenko V., Voskoboinikova-Huzieva O., Balabanova K., Pohrebniak I., Soshynska V., Semenko S. Media Communications as a Factor of Global Digital Culture. *Economic Affairs*. 2022. Vol. 67. No. 03. P. 233–238.
8. Kharamurza D., Pohrebniak I., Polishchuk T., Soshynska V., Fruktova Ya. Assessment of public trust in the media under martial law. *Amazonia Investiga*. 2024. Vol. 13. No. 81. p. 168–178. URL: <https://doi.org/10.34069/AI/2024.81.09.13> (дата звернення: 06.01.2024). (на індексації).

9. Kharamurza D., Puzanov V., Volynets G, Lesiuk O., Vashys K., Sadivnycha M. Social Media as a Development Tool English Communicative Competence. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2022. № 11 (1). P. 101–116. DOI: <https://doi.org/10.5430/jct.v11n1p101>
10. Konoplyannikova M., Radkevych L., Netreba M., Bilan N., Lorvi I., Nahorna O. Digital marketing and communication strategies of agri-food enterprises on social media platforms. *Agronomy Research*. 2024. Vol. 22(1). P. 444–463.
11. Lisnevskaya A., Kurban O., Kyianytsia I., Holik O., Yatsiuk D., Brovko O. *Axiological Fundamental Pillars of the Formation of Public Opinion in the Media. Economic Affairs*. 2022. Vol. 67. No. 5. P. 869–876.
12. Novokhatko L., Bielofastova T., Kononenko L., Baranova K., Sinko A. Dynamics of public opinion change under the influence of information campaigns in online media under martial law. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 2024. Vol. 102(19). P. 7137–7147.
13. Shalman T., Kornieiev V. Bilan N., Glushkova T., Bashuk A., Netreba M. Media Branding and Brand Management: Promotion Strategies of Ukrainian National TV Channels during COVID-19 Pandemic. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2022. Vol. 11. No 2. P. 1–15.
14. Soshynska Ya., Soshynska V. Digital Skills of European Citizens: To Be on Time. *Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development During Global Challenges: 35th International-Business-Information-Management-Association Conference (IBIMA)*. 2020. P.16654–16661.
15. Teslenko N., Nezhyva O., Ivashchenko V., Harbuza T. Taxonomic Manifestations of the Concept «Man» in Digital Communication. *Impact of Artificial Intelligence, and the Fourth Industrial Revolution on Business Success. ICBT 2021. Lecture Notes in Networks and Systems / Eds: B. Alareeni, A. Hamdan*. 2023. Vol 485. Springer, Cham. P.805–819.
16. Volodavchyk V., Vakal A., Bielova V., Netreba M., Monke O. Effectiveness of blended learning technologies in higher educational institutions. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*. 2022. Vol. 13(3). P. 177–195.
17. Афанасьєв І., Белофастова Т., Новохатько Л., Харамурза Д. Удосконалення підготовки медіафахівців як складної системи. *Міждисциплінарні дослідження складних систем*. 2021. № 1 (19). С. 141–155. URL: (дата звернення: 15.02.2024). DOI: <https://doi.org/10.31392/iscs.2021.19.141>
18. Іващенко В., Горбенко Г., Гіденко С. Термінографічна база даних TERM_IN у міжслов'янському діалозі: архітектоніка та проєктування. *Rasprave*. 2020. № 46(2). С. 669–691. DOI: <https://doi.org/10.31724/rihjj.46.2.12>

Статті у фахових виданнях

1. Bezchotnikova S., Zrazhevska N. Ukrainian medialandscape in the time of war (2022–2024): transformation, response to the war, dynamics of media consumption. *Integrated Communications*. 2024. Vol. 2 (18). P. 6–14.
2. Horbenko H., Fruktova Ya., Hondiul O. Non-formal education of educators in media centers of leading european countries: educational and methodological aspect. *Continuing professional education: theory and practice*. 2020. № 4 (65). С. 103–109.
3. Petrenko S. The spiritual nature of the word as a means of communication and creation in relationship with the category of truth. *Current Issues of Mass Communication*. 2022. №31. С. 12–24.
4. Афанасьєв І. Ю., Новохатько Л. М., Сінько А. С. Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). *Communications and Communicative Technologies*. 2023. Вип. 23. С. 156–163.
5. Афанасьєв І. Ю., Устименко Л. М. Підтримка тревел-блогерів провідними українськими інтернет-масмедіа. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 236–247.
6. Балабанова К. Є. Аналіз тенденцій медіаспоживання в Україні за 2022 – 2024 роки. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 1 (17). С. 32–36.
7. Білан Н. І., Нетребя М. М. Пресмарафон Президента України як новий медіаформат подієвої комунікації (на основі аналізу інтерв'ю експертів-журналістів). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35 (74). № 1. Частина 2. С. 217–223.
8. Білан, Н., Корнєєв, В., Нетребя, М. Прессекретар у цифрову епоху: трансформація, виклики та можливості. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 107–115.
9. Гондюл О. Д. Ефективність стратегій комунікативного впливу через використання гейміфікації у медіа. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35 (74). №. 5. Частина 2. С. 207–217.
10. Гондюл О. Д. Ігрові технології у світових медіа як інструмент дизайну вражень. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 1 (17). С. 152–160.
11. Гондюл О. Д. Типологія ігрових технологій у сучасній журналістиці: від гейміфікації до новинних ігор. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*. 2024. Вип. 3 (13). С. 5–16.

12. Горбенко Г. В., Іващенко В. Л., Нетребя М. М. Анімаційні технології: експериментальна модель навчання у вищій школі. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2020. Вип. 29 (2-2020). С. 250–265.
13. Горбенко Г. В., Мітчук О. А., Погребняк І. В. Конструювання новинної реальності в масмедіа. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 3 (51). С. 46–51.
14. Горбенко Г. В., Нетребя М. М., Ужанська Т. І. Цифрова креативна стратегія та візуальна айдентика як чинники популяризації наукової конференції серед молоді: кейс Університету Грінченка. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Том 35 (74). № 1. Частина 2. С. 225–229.
15. Григоревська О. В. Музеї книги Королівства Бельгія як простір соціокультурної комунікації. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2023. Вип. 24. С. 19–28.
16. Губіна А. М., Нетребя М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. 2021. № 11(17). С. 258–270.
17. Зражевська Н. І. Медіа як інструмент медіаконтролю і як засіб соціального примусу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 1(49). С. 122–129.
18. Зражевська Н. І. Теоретичні основи вивчення медіакультури як соціокомунікативного явища. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2022. № 4. С. 3–10.
19. Іващенко В., Гришин М. Типологічні різновиди стратегій у соціальних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 15–26.
20. Іващенко В., Несененко О. Поняття медіасоціалізації в науковому дискурсі. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 27–35.
21. Іващенко В., Вжешневська С., Казьміна А., Кардасевич Д. Поняття «медіадизайн» у науковому та словниковому дискурсах (матеріал для словникової статті електронного освітнього ресурсу «Лексичний мінімум медіазнавця»). *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 1 (17). С. 6–14.
22. Лісневська А. Л., Фруктова Я. С. Медіатизація в розрізі професійного становлення майбутніх фахівців медіасфери: аналітико-прогностичний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4 (44). С. 111 – 119.
23. Нетребя М. М. Віртуальна пресслужба: новий формат комунікацій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2019. № 16.

24. Нетребa М. М. Промоція освітнього проєкту інструментами візуальної комунікації (на прикладі проєкту «Початкова школа: освіта для життя»). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 2(42). С. 122–126.
25. Нетребa М. М., Рижова Д. О. Digital креативи як інструмент інформаційного спротиву в умовах війни. *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Том 33 (72). № 3. С. 373–381.
26. Нетребa М. М., Шибіріна С. О., Короленко О. Б. Digital-менеджмент як механізм ефективності бізнесових структур. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 246–258.
27. Політова О. А., Григоревська О. В. Інформаційні продукти і послуги університетської бібліотеки: іспанський досвід. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2024. Вип. 72. С. 226–243.
28. Поліщук Т., Кравчук О. Упровадження медіа-практик у роботу бібліотек для дітей та юнацтва. *Образ*. 2020. № 1(33). С. 42–50.
29. Семенюк О. А. Запозичення в сучасному українському мовленні як маркер лінгвокультурної ситуації. *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць Харк. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди*. 2023. Вип. 59. С. 77–88.
30. Семенюк О. А. Мас-медіа воєнного часу: проблеми лінгвістичного інструментарію. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 33 (72). № 5. Ч. 2. С. 259–264.
31. Семенюк О. Використання художніх фільмів у процесі підготовки майбутніх журналістів. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 2 (18). С. 147–152.
32. Харамурза Д. В. Літературна критика в площині соціальних комунікацій: поняття, завдання, функції. *Образ*. 2021. Вип. 2 (36). С. 30–39.
33. Харченко О. В. Літературна журналістика. Діалоги та комунікативні стратегії в англійському контенті. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського Серія: Філологія, Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 1. Ч. 3. С. 214–222.
34. Харченко О. В. Мультимедійні новини з фрагментами літературної журналістики. *Вчені записки Таврійського Національного університету ім.В.І.Вернадського: Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2022. Том 33 (72). № 2. Ч. 2. С. 266–275.

35. Харченко О., Мусієнко А. Інтерференція лексем іншомовного походження в український гумористичний дискурс під час повномасштабного вторгнення. *Інтегровані комунікації*. 2024. Вип. 1 (17). С. 37–43.

**Статті у виданнях, що входять до наукометричних баз даних,
окрім «Scopus», «WoS»**

1. Bilan N., Natreba M. Guest lectures as forms of interaction between a higher education institution and employers information of future specialist's professional competences. *15th International Technology, Education and Development Conference*. 2021. P. 1619–1625.
2. Bilan N., Natreba M. Role-playing game as an interactive method of «event communication» learning in higher education institutions. *15th International Technology, Education and Development Conference*. 2021. P. 2025–2032.
3. Horbenko H., Voskoboinikova-Huzieva O., Novokhatko L., Natreba M. Video scribing as a new marketing tool for educational institutions. *Laplace em Revista (International)*. 2021. Vol. 7. No. 3A. P. 599–607.
4. Ivashchenko V., Ivashchenko D. Ukrainian military terminology in the conditions of armed aggression: legislative and media discourses. *Terminology Science & Research Terminologie: Science Et Recherche*. 2023. Vol. 26. P. 45–67. URL: <https://journal-eaft-aet.net/index.php/tsr/article/view/5000> (дата звернення: 14.12.2023).
5. Kharchenko O. Громадянська журналістика в Україні та глобалізаційні медіа процеси в період російсько-української війни. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 2 (16). С. 63–69.
6. Natreba M., Horbenko H. Development education project in Ukraine to improve the quality of media literacy: a case of Mediaschool Grinchenko University. *EDULEARN20 Proceedings*. 2020. С. 6849–6855.
7. Voskoboinikova-Huzieva O., Masimova L., Vernyhora N., Soshynska V. Digital Culture and Digital Media: Professional Competences. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*. 2020. № 9 (3). P. 282–288.
8. Білан Н. І., Нетреба М. М. Інтеграція інтерактивних технологій у сучасній медіасфері. *Věda a perspektivy*. 2024. Вип. 10 (41). С. 186–199.
9. Зражевська Н. І. Оповідні стратегії сучасного медіатексту. *Social Communications: Theory and Practice*. 2022. Вип. 1 (14). С. 53–70.
10. Зражевська Н., Литвиненко О. Комунікативні трансформації як наслідок розвитку сучасних цифрових інтернет-технологій. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 1(15). С. 36–41.

11. Іващенко В. Л. Дистанційний лексикографічний дискурс: медіаплатформи комунікативної взаємодії. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 2 (16). С. 6–20.
12. Мітчук О. А., Харамурза Д. В. Літературна критика в онлайн-медіа. *Scientific Collection «InterConf»*. 2021. № 78. С. 199–208.
13. Петренко С. Практикоорієнтована компонента в освітньо-професійній підготовці журналістів (на прикладі інтегрованої освітньої програми взаємодії з суспільним мовником). *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 2 (16). С. 44–56.
14. Харамурза Д. В. Інформаційний тероризм як інструмент гібридної війни та фактор руйнації медіапростору. *Інтегровані комунікації*. 2023. Вип. 2 (16). С. 29–37.
15. Харченко О. В. Літературна журналістика. Комунікаційні тактики різних діалогів англійського контенту. *PNAP Scientific Journal of Polonia University Periodik Naukowy Akademii Polonijnei*. 2021. Вип. 45 (2). С. 64–75.

Статті у періодичних наукових виданнях, які не входять до категорії «Б»

1. Горбенко Г. В., Іващенко В. Л. Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: реалізація актуальної проблематики (2019–2020). *Інтегровані комунікації*. 2020. Вип. 2(10). С. 71–76.
2. Горбенко Г. В., Іващенко В. Л. Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: у пошуках дослідницького об'єкта. *Інтегровані комунікації*. 2020. Вип. 1(9). С. 103–106.
3. Григоревська О. В. Підготовка фахівців у галузі інформації та комунікації у закладах вищої освіти федерації Валлонія-Брюссель (королівство Бельгія). *Бібліотечна планета*. 2023. Вип. 1 (99). С. 29–31.
4. Єжижанська Т. С., Осмолівська О. А., Харченко О. В. Проектна діяльність у формуванні фахових (спеціальних) компетентностей майбутніх фахівців. *Інтегровані комунікації*. 2021. Вип. 2 (12). С. 16–25.
5. Зражевська Н. І. Awareness and understanding of the content and forms of media culture in the context of media education. *Інтегровані комунікації*. 2021. Вип. 1 (11). С. 6–13.
6. Лісневська А. Л., Фруктова Я. С. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2019. Вип. 2 (8). С. 43–50.
7. Поліщук Т. Медіазнавчі студії в науковому та освітньому дискурсах: реалізація дослідницького напрямку «Бібліотечна журналістика:

медіапрактики в навчальному процесі». *Інтегровані комунікації*. 2022. Вип. 1 (13). С. 54–56.

8. Поліщук Т., Шевчук О. Нові сервіси в роботі бібліотек Австралії та Нової Зеландії. *Інтегровані комунікації*. 2022. Вип. 1 (13). С. 23–28.

Монографії

1. Бровко О. О., Курбан О. В., Лісневська А. Л. та ін. Інформаційно-комунікаційна безпека: сучасні тренди: монографія / за заг. ред.: О. В. Курбан, А. Л. Лісневська. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022.
2. Горбенко Г. В., Фруктова Я. С. Професійна медіаосвіта педагогів провідних країн Європи: історія та сьогодення. *Неперервна професійна підготовка фахівців в умовах формування спільного європейського простору*: монографія / за ред. С. П. Архипової, О. П. Лещинського. ЧНУ, Черкаси. 2020. С. 296–335.
3. Григоревська О. В. Медіакультура у вимірах цифрових бібліотечних, архівних і музейних проєктів європейських країн. *Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України*: монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ: ДП «Експресоб'ява», 2022. С. 73–102.
4. Зражевська Н. І. Медіаспоживання в Україні під час війни. *Україна в умовах російської агресії*: виклики та відповіді: монографія. Аналіт. центр сучас. гуманітаристики. Харків: Право, 2024. С. 94–108.
5. Іващенко В. Л. Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі згнання. *Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України*: монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ: ДП «Експресоб'ява», 2022. С. 9–40.
6. Іващенко В.Л. Засади медійного словникарства в практиці створення Лексичного мінімуму медіазнавця. *Стилістика модерного часу*: колективна монографія. Київ: Видавництво Ліра-К, 2024.
7. Сошинська В. Є., Сошинська Я. Є. Освіта в дискурсі медійної, інформаційної та цифрової грамотності. *Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України*: монографія / наук. ред. В. Л. Іващенко. Київ: ДП «Експресоб'ява», 2022. С. 41–72.
8. Фруктова Я. С. Роль медіа у формуванні ідентичностей сучасної молоді: теоретико-методологічний та практичний аспекти. *Духовно-інтелектуальне виховання і навчання молоді в XXI столітті*: міжнародна колективна монографія. Харків: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2019.

9. Horbenko H., Vaskiv M., Bykova O., Mitchuk O., Soshynska V. Modern trends in the functioning of media studies in informational, scientific and educational discourse: Monograph. Tallinn: Teadmus OÜ, 2023, 174 p.
10. Lisnevskaya A., Kutsai T., Kutsai Ya. On professional competencies of journalists in the context of digitalization and diversification of video content. *The challenges in the development of future specialist*: collective monograph. Galați: Galați University Press. 2021. P. 42–53.

Підручники, навчальні посібники та науково-практичні видання

1. Kharchenko O. Ukrainian Humor in the Context of the Russian-Ukrainian War: Cognitive and Stylistic Features. *The Palgrave Handbook of Humor Research* / Ed. by E. Vanderheiden and C-D. Mayer. Palgrave-Macmillan. 2024. 2 Ed. P. 265–286.
2. Білан Н., Нетребя М. Інформаційно-аналітична діяльність пресслужб аграрної галузі України: навч. пос. Київ: ННІЖ, 2022. 117 с.
3. Досенко А. К., Погребняк І. В. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери: навч.-метод. пос. Київ, 2020.
4. Зражевська Н. І. Теорія медіа та суспільства: навч. пос. Київ: Київський ун-т імені Бориса Грінченка, 2022. 192 с.
5. Іващенко В. Л. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. Київ: ТОВ «Видавництво «Розумники»», 2021. 192 с.
6. Лісневська А. Л. Аудіовізуалізація у роботі медійника. *Медіаландшафт*. Том 1: наук.-практ. видання / за ре. А. А. Мазаракі. Київ: Держ торговельно-економічний університет, 2023. С. 157–179.

Матеріали конференцій

1. Ivashchenko V. Distance Lexicographic Discourse of Terminological Schools: Platforms of Communicative Interaction. *10th EAFT Terminology Summit* (Dublin City University, 26.11.2021). URL: <https://www.gaois.ie/assets/pdf/Summit-full-timetableEN.pdf> (дата звернення: 07.01.2025 p.).
2. Ivashchenko V., Yaskevych V., Ivashchenko D. «Lexical Minimum of Media Scientist»: Reference Learning Edition as an Educational E-Resource. *Proceedings of Digital Humanities Workshop (DHW 2021)* (December 23, 2021, Kyiv, Ukraine). New York: The Association for Computing Machinery, 2021. P. 48–55.

3. Ivashchenko V., Lisnevskaya A., Ivashchenko D., Hondiul O. «The Law of Ukraine “On Media”: Ethno-cultural Aspects in Public Broadcasters' Official Web Resources». XII International Trama & Fondo Congress on Textual Analysis: «The Law» (5–8.11.2024, Madrid). Madrid (у друці).
4. Soshynska V. Digital Literacy in the Netherlands. *Prospects for the development of modern science and practice. Abstracts of XVI international scientific and practical conference* (Austria, Graz, 11–12 May 2020). Graz, 2020. P. 110–112.
5. Афанасьев И. Ю. Электронная (digital) реклама в Европейском Союзе 2015–2019 гг.: основные методы и результаты исследований. *Медиазнатчї студії в європейському діалозі: освітній та науковий дискурси*: міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. (м. Київ, 13–14 листопада 2020 р.). Київ, 2020. С. 101–103.
6. Воскобойникова-Гузєва О. В. Міждисциплінарні дослідження Інституту журналістики Університету Грінченка в контексті розвитку інформаційної та цифрової культури, цифрових та медіа компетентностей. *Бібліотека. Наука. Комунікація. Розвиток бібліотечно-інформаційного потенціалу в умовах цифровізації*: матеріали міжнар. наук. конф. (м. Київ, 6–8 жовтня 2020 р.). Київ, 2020. С. 17–21.
7. Зражевська Н. І. Популізм в російському медіапросторі під час російської війни проти України. *Актуальні проблеми медіапростору*: зб. доп. наук.-практ. конф. Київ–Вітербо, 2024. С. 107–110.
8. Зражевська Н. І. Проблеми наративного аналізу сучасних медіатекстів. *Актуальні проблеми медіапростору*: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 08 квітня 2021 р.). Київ, 2021. С. 48–54.
9. Поліщук Т. І. Створення бібліотеки аудіокниг українською мовою: від ідеї до реалізації. *Освіта і наука у мінливому світі; проблеми та перспективи розвитку*. 2019. С. 146–148. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/28766/1/T_Polishuk_SBAYMVIDR.pdf (дата звернення: 07.01.2025 р.).
10. Поліщук Т. І. Медіапросьюмеризм як складова медіаосвіти. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі*. 2019. С. 130–131. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/28765/1/T_Polishuk_MYSM.pdf (дата звернення: 07.01.2025 р.).
11. Сошинська В. Є. Інформаційно-комунікаційні технології як засіб культурної участі європейців. *X Львівський міжнародний бібліотечний форум «Нова бібліотека – відповідальність кожного»*: зб. матеріалів. Київ: УБА, 2019. С. 25–27.
12. Харамурза Д. В. Трансформація літературної критики в системі соціальних комунікацій. *Соціальні комунікації: фундаментальні парадигми розвитку*:

міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 вересня 2021 р.). Київ, 2021. С. 11–17.

Збірники тез доповідей конференцій

13. Соціокомунікаційні тенденції в медійному та науково-освітньому дискурсах: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 травня 2024). Київ, 2024. 246 с.
14. Креативні індустрії: сучасні тренди: матеріали II Міжнар. наук.-практ. онлайн-конф. студентів, аспірантів, молодих учених та практиків (м. Київ, 24–25 травня 2023). Київ, 2023. 180 с.
15. Світова журналістика в епоху глобальних змін: матеріали наук.-практ. студентської конф. з міжнар. участю (м. Київ, 8 грудня 2022). Київ, 2023. 144 с.
16. Бібліотека і книга у цифровому медіаствіті: європейський вектор: тези доповідей Всеукр. студ. наук.-практ. конф. / упорядник В. Є. Сошинська. 2019–2021.

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

1. Барзилович О. М., Григорова З. В., Пунчак Л. А. та ін. Основи медіаменеджменту. Глосарій: навч. посібн. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі». Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. С. 269–294.
2. Баришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ: Міленіум, 2014. 196 с. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf> (дата звернення 09.05.2024).
3. Безрука М. В. Словник основних термінів з бібліотечно-інформаційної діяльності. Вид. 2-ге. доп. Івано-Франківськ: НТБ ІФНТУНГ, 2016. 92 с.
4. Бідзіля Ю.М. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Ужгород: Закарпаття, 2007. 220 с. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=F&S21STR=ukr0002166 (дата звернення: 06.05.2024).
5. Бова В. І., Доломіно П. М. Короткий російсько-український словник поліграфічних і видавничих термінів. Київ: Техніка, 1969. 116 с.
6. Бондар Ю. В., Головатий М. Ф., Сенченко М. І. Енциклопедія для видавця та журналіста: енциклопедичний словник-довідник. Київ: МАУП, Книжк. палата України, ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. 400 с.
7. Буран В. Я. та ін. Словник книгознавчих термінів: Понад 1400 термінів / наук. ред. Н. О. Петрова та ін. Київ: Книжкова палата України, 2003. 159 с.
8. Буртник В. Р., Павлова О. Ю., Стратійчук Т. В. Російсько-українській словник найбільш вживаних поліграфічних термінів. Львів: Поліграфічний технікум, 1989. 58 с.
9. Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г. Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа: Довідник / перекл. з нім. П. Демешко, К. Макєєв; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1sea2z0OKfjINPzbYGV09> (дата звернення: 07.05.2024).
10. Віртуальна лексикографічна лабораторія «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності». Київ: Український мовно-інформаційний фонд НАН України, 2010–2022. URL: <https://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediaVLL/> (дата звернення: 11.05.2024).
11. Віртуальна термінографічна лабораторія «Українсько-російсько-англійський словник-довідник зі зварювання».

12. Дергач Д.В. Словник онімів українських мас-медіа / за ред. Л. І. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2009. 175 с.
13. Дурняк Б. В., Мельников О. В., Василишин О. М., Дячок О. Г. Поліграфія та видавнича справа: російсько-український тлумачний словник / уклад. і перед. сл. Г. І. Миронюк. Львів: Аіфша, 2002. 456 с.
14. Дурняк Б. В., Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник. Львів: Вид-во Укр. акад. друкарства, 2011. 320 с.
15. Жидецький Ю., Логач К. Короткий тлумачний словник поліграфічних термінів. Львів: Основа, 1996. 48 с.
16. Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури. Словник основних термінів та понять: навч. посіб. Черкаси: Брама – Україна, 2010. С.122 –130. URL: http://eprints.cdu.edu.ua/240/1/Завгородня_Л._В._Основи_літературного_редагування.pdf (дата звернення: 11.11.2024).
17. Закон України «Про медіа» № 2849-IX [Редакція від 11.02.2024]: Загальні положення. Визначення термінів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2849-20#Text> (дата звернення: 04.05. 2024).
18. Капелюшний А. О. Стилїстика й редагування. Практичний словник-довідник журналіста. Львів: ПАІС, 2002. 576 с.
19. Киричок П. О., Величко О. М., Гавенко С. Ф. та ін. Український тлумачний словник видавничо-поліграфічної справи / за заг. ред. П. О. Киричка. Київ: НТУУ «КПІ», 2010. 896 с. URL: <https://content.freelancehunt.com/snippet/106c5/07528/204174/%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8F.pdf> (дата звернення: 04.05. 2024).
20. Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно- бібліотечна діяльність): навч. вид. / за заг. ред. В. О. Жадька. Київ: ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. 304 с. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/26965> на диску розмістити (дата звернення: 04.11. 2024). Козачок Я., Васильченко В., Мерзлюк Ю., Костюк І., Кравченко С. Словник медійних перифразів ХХІ століття. Київ: НАУ, 2014. 152 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Kozachok_Yaroslav/Slovnyk_mediinykh_peryfraziv_KhKhI_stolittia.pdf?PHPSESSID=9ui8cfhevubu41o7r3fck67ou1 (дата звернення: 08.05.2024).
21. Крижанівська Л. В., Циктор О. І. Короткий словник-довідник медіа термінів. Криве Озеро: РМНЦ відділу освіти Кривоозерської райдержадміністрації. 2017. 28 с. URL: <https://naurok.com.ua/korotkiy-slovník-dovidnik-media-terminiv-11828.html> (дата звернення: 04.05. 2024).

22. Куляс П. П. Словник найпоширеніших помилок у засобах масової інформації з варіантами їх виправлення: посібн. Київ: Університет «Україна», 2006. 192 с.
23. Куляс П. П. Типологія помилок. 150 опорних термінів дисципліни. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. 449 с. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/26058/Kulias_Typolohii_a.pdf;jsessionid=617EC6DEAD862343E2363D0EDC00A66B?sequence=1 (дата звернення: 07.11.2024).
24. Лексичний мінімум медіазнавця. 2020–2024. URL: <https://vyaskevych.github.io/LexicalMinimumMediaStudies/> (дата звернення: 07.05.2024).
25. Медіадрайвер. Словник. URL: <http://mediadriver.online/dictionary/> (дата звернення: 29.04.2024).
26. Медіахаб Університету Грінченка. Факультет журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. URL: https://fj.kubg.edu.ua/images/phocagallery/Podii2023/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%B1_%D0%A3%D0%93.pdf (дата звернення: 03.11.2024).
27. Медіашколи Грінченка. Факультет журналістики Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. URL: <https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/mediashkola-hrinchenka/podii-mediashkoly-hrinchenka.html> (дата звернення: 03.11.2024).
28. Михайлин І. Л. Журналістика: словник-довідник. Київ: Академвидав, 2013. 317 с.
29. Новітні Медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю»: Термінологічний словник / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: Паливода А. В., 2012. 412 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1Ay0uigNeUeltEixaXVmF58aerHieD_px/view?usp=sharing (дата звернення: 10.05.2024).
30. Огар Е. Українсько-російський та російсько-український словник-довідник з видавничої справи. Львів: Палітра друку, 2002. 224 с.
31. Партико З. В. Словник видавничих термінів. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2013. 68 с.
32. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика. Термінологія: навч. посіб. Львів: ПАЮ, 2010. С.169–178. URL: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/188136/mod_assign/introattachment/0/Потятиника%20посібник.pdf (дата звернення: 10.05.2024).

33. Радченко А. І. Словник-довідник основних видавничих термінів (для практики наукових установ). Київ: Академперіодика, 2009. 72 с.
34. Рекламний словник. Артпайт: виробництво зовнішньої реклами. URL: <https://art-light.com.ua/articles/reklamniy-slovnik> (дата звернення: 10.05.2024).
35. Рутковський О. Український словник-довідник екранних медіа / відпов. ред. С. В. Тримбач. Київ: ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. 304 с.
36. Словник із медіаграмотності. 2022. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/slovnuk.pdf> (дата звернення: 07.05.2024).
37. Словник. Media IQ – твій медійний інтелект. 2017. URL: <http://media-iq.tilda.ws/glossary> (дата звернення: 07.05.2024).
38. Таланчук П. М., Ярема С. Я., Коровайченко Ю. М., Ярема С. М., Моргунюк В. С. Норми української науково-технічної мови. Тлумачний словник термінів з видавничої, поліграфічної та пакувальної справи. Київ—Львів: УН-тет «Україна», 2006. 664 с.
39. Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П.О., Григорова З. В. Енциклопедія видавничої справи: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2008. 320 с. URL: <https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/209d2858-7dac-4716-8220-042347259f1d/content> (дата звернення 09.10.2023).
40. Феллер М. Д., Квітко І. С., Шевченко М. Г. Довідник коректора. Харків: Книжкова палата УРСП. 1072. 408 с.
41. Шевченко В. Е. Англо-український тлумачний словник редакційно-видавничої комп'ютерної термінології. Київ: Либідь, 2006. 320 с. URL: https://www.academia.edu/19985759/Шевченко_ВЕ_Англо_український_тлумачний_словник_редакційно_видавничої_комп_ютерної_термінології_К_Либідь_2006_320_с (дата звернення 09.10.2023).
42. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. 380 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1BIP93bacLNzXFdMzovfzJdlpafnVlr2m/view?usp=sharing> (дата звернення: 03.05.2024).
43. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1A9hvDVHM2SN4nlhv_8rbzTxvomhXRye/view (дата звернення: 03.05.2024).

44. Шпак В. І. Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора: навч. посібн. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/32840/1/V_SHPAK_TSVBKR_IZH.pdf (дата звернення: 03.11.2024).
45. Шпак В.І. Словник сучасних поліграфічних термінів: книга редактора. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2019. 136 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/29248/1/V_SHPAK_SSPTKR_19_IZH.pdf (дата звернення: 03.05.2024).
46. Юристь М. Енциклопедія книжкової справи: про беспрограшні видання. Київ: Либідь, 1998. 379 с.
47. Ярема С. М. Тлумачний словник термінів видавничої справи та поліграфічної галузі. Технічне редагування: навч. посіб. Київ: Ун-т «Україна», 2003. 284 с. URL: <https://studfile.net/preview/6329488/page:43/> (дата звернення: 03.11.2024).
48. Яцимірська М. Сучасний медіатекст. Словник – довідник. Львів: ПАІС, 2005. 127 с.
49. Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2011. 1 Ed. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199568758.001.0001/acref-9780199568758> (дата звернення: 08.05.2024).
50. Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2016. 2 Ed. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780191800986.001.0001/acref-9780191800986> (дата звернення: 08.05.2024).
51. Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2020. 3 Ed. URL: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780198841838.001.0001/acref-9780198841838> (дата звернення: 08.05.2024).
52. Danesi M. Encyclopedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communication. Toronto: University of Toronto Press, 2000. 400 p.
53. Diccionari de telecomunicacions. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2017. URL: <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/235> (дата звернення: 11.05.2024).
54. Dictionary of Social Media Terms. Hootsuite. URL: <https://blog.hootsuite.com/social-media-definitions/> (дата звернення: 13.05.2024).
55. Gestos tàctils en dispositius mòbils. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2014. URL:

- <https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/gestos-tactils-dispositius-mobils> (дата звернення: 08.05.2024).
56. Glossary of Media Literacy Terms / Ed. by N. Goshylyk, V. Goshylyk, I. Malyshevskaya, T. Marchuk, D. Sabadash, U. Tykha. Ivano-Frankivsk, 2021. 72 p. URL: <https://kaf.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/89/2021/03/Glossary-of-Media-Literacy-Terms.pdf> (дата звернення: 08.05.2024).
57. Keywords for Media Studies / Eds L. Ouellette, J. Gray. NYU Press, 2017.
58. KM Media Dictionary. 2016. URL: <https://apkcombo.com/km-media-dictionary/com.kmmedia.dictionary/> (дата звернення: 11.05.2024).
59. La telefonia al dia. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2013. URL: <https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/la-telefonial-dia> (дата звернення: 08.05.2024).
60. Lahlali El M. Arabic Media Dictionary. London: Routledge, 2018. Ed. 1. 432 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=3NmMDwAAQBAJ&pg=PR7&lpg=PR7&dq=media+dictionary&source=bl&ots=X5Xd8GnR4&sig=ACfU3U1jRi_jJIRvRGKdGZm2Oqw5tZppRw&hl=uk&sa=X&ved=2ahUKEwil8ZC734WGAXUX_bsIHfTiA2o4ChDoAXoECAIQAw#v=onepage&q=media%20dictionary&f=false (дата звернення: 08.05.2024).
61. Media Dictionary/1. Mediassociates. URL: <https://www.mediassociates.com/media-dictionary/> (дата звернення: 08.05.2024).
62. Media Dictionary/2. Media Education Lab. URL: <https://mediaeducationlab.com/events/introducing-media-dictionary> (дата звернення: 08.05.2024).
63. Orledar J. The Practical Media Dictionary. London: Bloomsbury, 2003.
64. Russell J. Dictionary of Media Studies. A&C Black, 2006.
65. Słownik terminologii medialnej / Red. W. Pisarek. Kraków, 2006. 251 с. URL: <https://drive.google.com/file/d/12MITXO2kRU9d-aV2WOBy-PO6VYx76dFf/view> (дата звернення: 08.05.2023).
66. Social Media Dictionary. URL: <https://nl.pinterest.com/thesocialpieces/social-media-dictionary/> (дата звернення: 11.05.2024).
67. Societat de l'informacion. Novèlas tecnologies e Internet. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2003. URL: <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/38> (дата звернення: 11.05.2024). Termes de videojocs: com els diem en català. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2019. URL: <https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/termes-videojocs-com-els-diem-catala> (дата звернення: 08.05.2024).

68. Termes del disseny web. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2020. URL: <https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/termes-del-disseny-web> (дата звернення: 08.05.2024).
69. Terminologia bàsica dels dispositius mòbils. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2020. URL: <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/171> (дата звернення: 11.05.2024).
70. Terminologia de la visualització de dades. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2018. URL: <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/254> (дата звернення: 11.05.2024).
71. Terminologia de les plataformes de vídeo a la carta. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2023. URL: <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/314> (дата звернення: 11.05.2024).
72. Terminologia i fraseologia dels productes informatics. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2019. URL:

ДОДАТОК «А»

СЛОВНИК-МІНІМУМ ТЕРМІНІВ МЕДІАЗНАВСТВА

(В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич, Г. В. Горбенко, Н. І. Зражевська,
М. М. Нетреба, К. Є. Балабанова, Д. В. Харамурза, Я. С. Фруктова,
І. Ю. Афанасьєв, О. І. Гарачковський, О. В. Григорєвська
(Воскобойнікова-Гузєва), О. А. Семенюк)

Реєстровий термін	Вікно даних про термін у базі Лексичного мінімуму медіазнавця
Масмедіа, мас-медіа	Масмедіа, мас-медіа      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА скорочення від Media of mass communication ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Mass media СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Засоби масової інформації (ЗМІ) СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "соціальні інститути (преса, книговидавництво, радіо, телебачення та ін.), що забезпечують систематичний збір, обробку, розповсюдження інформації серед масової аудиторії. Термін масмедіа застосовується також до організацій, які контролюють ці засоби, наприклад, телевізійних каналів або видавництва". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шерченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основы медиаменеджмента, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 275.
Медіа, медія	Медіа, медія      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА з лат. medium "засіб, посеред" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Масмедіа, мас-медіа СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи/та масової аудиторії. Часто як синоніми вживають ЗМІ, мас-медіа, хоча зарубіжна наука розглядає М. у більш широкому значенні, зокрема тлумачить їх з погляду комунікації – поширення інформації, ідей та думок, що є частиною людського життя, а методи та способи донесення цих даних до нас і є М. (листівки друзів, телефонні розмови, комп'ютерні диски тощо). До М. зараховують засоби зв'язку і передачі інформації різних типів – від найдавніших (мова жестів, наскельні малюнки та ін.) до найсучасніших, що утворюють глобал. інформ. супермагістралі". ДЖЕРЕЛО Городенко, Л.М. (2018). "Медіа", в Дзюба, І.М., Жуковський, А.І., Железняк, М.Г. & ін. (редкол.) Енциклопедія сучасної України, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, Київ, т. 20.

Трансмедіа	Трансмедіа      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "спосіб репрезентації та поширення інформації за рахунок використання різних медіаплатформ". ДЖЕРЕЛО Зражевська, Н. І. (2021). Теорія медіа та суспільства, Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, с. 160.
Медіааналітика	Медіааналітика      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіааналітика, як професійна підгалузь самореалізації соціологів, є дослідницько-аналітичною діяльністю, вона відрізняється більш широким арсеналом методів збору соціологічної інформації, практичним предметом дослідження, визначеною процедурою проведення і презентації результатів". ДЖЕРЕЛО Ніколаєвський, В. М. (2020). Медіааналітика: Робоча програма навчальної дисципліни, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, с. 3.
Медіааналітика міжнародна	У роботі
Медіаантропологія	Медіаантропологія      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "новий філософський напрям – медіа-антропологія, яка зосереджується на впливі медіа-культури на людей як у віртуальній, так і в реальній площині життєдіяльності". ДЖЕРЕЛО Дечжун, Ван (2022), "Підґрунтя для формування медіа-антропології в Китаї (філософсько-антропологічний аналіз)", Китаєзнавчі дослідження – Китаєзнавчі дослідження, No. 2, с. 30.
Медіаарт	Медіаарт      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. mass media "засоби масової інформації", art "мистецтво" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media art СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіамистецтво СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "вид мистецтва, для створення і демонстрації якого використовують сучасні інформаційні та комунікаційні, тобто медіатехнології, зокрема, інтернет. Це цифрові, віртуальні, біо- та мультимедійні технології, комп'ютерна анімація, відеоігри, робототехніка, 3D-друк, інтернет та ін." ДЖЕРЕЛО Голуб, О. Є. (2018), "Медіа-арт", в Дзюба, І. М., Жуковський, А. І., Железняк, М. Г. та ін. (редкол.) Енциклопедія Сучасної України, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, Київ.

Медіааудит	     ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА лат. medium "посередник", лат. audit "слухати" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media audit КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "різновид медіа консалтингової послуги на рекламному ринку України". ДЖЕРЕЛО Гараніна, І. І. & Цимбаленко, Я. Ю. (2014), "Медіа аудит: тенденції та перспективи розвитку на вітчизняному ринку рекламних послуг", Ефективна економіка, № 12.
Медіабезпека	     ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media safety КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "стан захищеності від недостовірної або небезпечної інформації, яка завдає шкоди здоров'ю людини, її моральності та особистісному розвитку". ДЖЕРЕЛО Цигін, М. Н. & Матвієнко, О.В. (2015), "Медіабезпека особистості як соціально-освітня проблема", Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, № 2, с. 197.
Медіабізнес	     СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "підприємницька діяльність у сфері засобів масової комунікації, мас-медіа". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шеєченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основы медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 282.
Медіабрендинг	У роботі

Медіавиробництво	Медіавиробництво      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від англ. media (лат. medium "посередник") та англ. production "виробництво" (процес створення, виготовлення або виробництво продуктів чи матеріалів) ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media production СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіапродакшн СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "Media production means the making of a motion picture, television show, video, commercial, Internet video, or other viewable programming provided to viewers via a movie theater or transmitted through broadcast radio wave, cable, satellite, wireless, or Internet". ДЖЕРЕЛО "Media production definition", Law Insider.
Медіавійна	Медіавійна      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "явище формування негативного ставлення в аудиторії мас-медіа до ворога (суб'єкта міжнародних відносин, учасника політичного процесу всередині країни)". ДЖЕРЕЛО Велика українська енциклопедія: е-ВУЕ (2015-2022), Державна наукова установа "Енциклопедичне видавництво", Київ.
Медіавірус	У роботі
Медіавплив	Медіавплив      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. media від лат. medium "посередник" + "вплив" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ нім. Auswirkungen auf die Medien, пол. Wpływ mediów, англ. Media Impact, Media action, Mediated action СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаефект, Ефект медіа СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіа-вплив або Ефект медіа – терміни, що використовуються в медіазнавстві, психології, теорії спілкування і соціології для позначення ймовірних шляхів впливу медіа на його аудиторію: її думки (уявлення) і поведінку". ДЖЕРЕЛО "Ефекти масової комунікації", Вікіпедія (8 лютого 2023).

Медіагалузь	     СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "сукупність юридичних та фізичних осіб, що створюють та поширюють первинний та похідний контент, використовуючи широкий спектр комунікаційних технологій". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруків, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 282.	
Медіаграмотність	     ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media literacy СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаосвіта СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, а також розуміти та аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив". ДЖЕРЕЛО "Тезаурус. Основні терміни та визначення", Медіаосвіта та медіаграмотність.	
Медіадидактика	     ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. didactics від грец. didaktikós "здатний до викладання" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media didactics СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ дидактики, який вивчає закономірності засвоєння знань, умінь і навичок, формування переконань з опортям на медіаджерела та використанням медіапродуктів. Її метою є розвиток медіаграмотності та медіакомпетентності". ДЖЕРЕЛО "Медіадидактика", Медіаосвіта та медіаграмотність. Тезаурус. Основні терміни та визначення.	

Медіадизайн	Медіадизайн      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. media (від лат. medium "посередник") + design "задум, план, мета, намір, творчий задум, проект і креслення, розрахунок, конструкція, ескіз, малюнок, візерунок, композиція, мистецтво композиції" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media design СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Комп'ютерний дизайн, інформаційний дизайн, дизайн програмних інтерфейсів, інтерактивний дизайн, дизайн електронного середовища КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "галузь професійної діяльності спрямована на проектування візуального образу речей матеріального світу. Медіадизайн як єдність різноманітних напрямів, професійних діяльностей: створення фірмового стилю, дизайн рекламної продукції, дизайн книжково-журнальних видань, створення дизайну сайтів, дизайн інтерактивного середовища тощо (...) Відіграє значну роль у розвитку суспільства та його візуальної культури". ДЖЕРЕЛО Шевченко, В.Е. & Вербовий, Р.М. (2012), "Технології та практики медіадизайну" в Шевченко, В.Е. (заг. ред.), Новітні медіа та комунікаційні технології, Паливода А. В.; Київ, с. 247.
Медіадипломатія	Медіадипломатія      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "ведення зовнішньої політики держави шляхом використання ЗМК для впливу на зарубіжну громадську думку. Поняття виникло в середині 1970-х років та увійшло в політичний та науковий обіг у зв'язку з широким використанням традиційних і нових ЗМК у дипломатичній практиці, зростанням їх ролі у виробленні зовнішньо-політичних рішень. (...) Важливим напрямом медіа-дипломатії є доведення до широких кіл світової громадськості об'єктивної і точної інформації про позиції держав з основних міжнародних проблем, їхні зовнішньополітичні ініціативи та дії, а також про досягнення культури, науки, інтелектуальної творчості". ДЖЕРЕЛО Зернецька, О.В. (2004), Українська дипломатична енциклопедія, Знання України, Київ, т. 2, с. 31-32. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "It [media diplomacy] refers to the use of the mass media by policy makers in specific cases to send signals and apply pressure on state and nonstate actors to build confidence and advance negotiations as well as to mobilize public support for agreements". ДЖЕРЕЛО Gilboa, E. (1998). Media Diplomacy: Conceptual Divergence and Applications. The Harvard International Journal of Press/Politics, 3(3), p. 62.
Медіадискурс	Медіадискурс      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА лат. media "засоби", фр. discours "промова, виступ, розмова" СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Дискурс масової інформації КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіа-дискурс – це зв'язний вербальний чи невербальний, усний або письмовий текст разом із соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що виражений за посередництвом засобів масової комунікації. Він узятий у подієвому аспекті, являє собою дію, бере участь у соціокультурній взаємодії та відображає механізм свідомості комунікантів. (...) Медіа-дискурс – це тематично сфокусована, соціально зумовлена мовленнєво-мисляча діяльність у медійному просторі. (...) Медійний дискурс є діалогічним. Його головна мета – формування у свідомості адресата особливої регулятивної моделі світу (...)".

Медіажурналістика	Медіажурналістика      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "створення повідомлень у медіа власне про медіа, зокрема критичних публікацій з аналізом різних інших матеріалів у пресі, на радіо і телебаченні, у т. ч. рекламних роликів; висвітлення становища та діяльності журналістів". ДЖЕРЕЛО Баришполець, О.Т. (2014). Український словник медіакультури, Міленіум, Київ, с. 41. СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "створення повідомлень у медіа про медіа. (...) Стосується не лише рецензії окремих медійних пропозицій, а в найширшому сенсі опису створення аналітичних і критичних повідомлень на тему "медіа". (...) Створення повідомлень, наприклад, про скандальний рекламний ролик, про радників міністра з питань комунікації або про становище журналістів у зонах воєнних дій. Таке широке визначення поняття є простим і практичним". ДЖЕРЕЛО Вайшенберг, З., Кляйштойбер, Г.Й. & Пьорксен, Б. (2011), в Іванов, В.Ф. & Волошенко, О.В. (заг. ред.) Журналістика та медіа, Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, Київ.
Медіазнавство	Медіазнавство      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media Studies, пол. Medioznawstwo, нім. Medienwissenschaft СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіадослідження, медіанаука; пол. Metody i techniki badań medioznawczych, Prasoznawstwo СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "галузь науки, яка вивчає взаємозв'язок медіа із суспільством, економікою, політикою, правом, а також шляхи застосування медіа у цих галузях. Може вживатися в значенні теорії масових комунікацій і означати навчальну дисципліну, що вивчає вміст, історію та вплив різних медіа, зокрема, ЗМІ; галузь науки, яка досліджує і вивчає сукупність наукових розробок і уявлень про медіа. Дослідники медіа розробляють і використовують теорії та методи з інших дисциплін, включаючи культурологію, риторичку, філософію, теорію літератури, психологію, політологію, політичну економіку, економіку, соціологію, антропологію, соціальну теорію, історію мистецтва і критики, теорію кінематографу, теорію інформації". ДЖЕРЕЛО Барзілович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 282-283.
Медіазнавство галузеве	Медіазнавство галузеве      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, який вивчає специфіку функціонування медіа в різних галузях знань, зокрема й у конкретних спеціалізованих (вузькогалузевих) сферах діяльності". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 37.
Медіазнавство дискурсивне	Медіазнавство дискурсивне      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на вивчення різних типологічних різновидів медіадискурсу (...), в якому відбиті настрої представників суспільства різних сфер діяльності". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 37.

Медіазнавство загальне	Медіазнавство загальне      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на узагальнення теоретичного доробку в різних країнах, виявлення загальних властивостей, проблем та процесів, які відбуваються в медіагалузі". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Прологони до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 36.	
Медіазнавство історичне	Медіазнавство історичне      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на вивчення медіаісторії / історії медіа з метою з'ясування загальних тенденцій їх формування й розвитку". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Прологони до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 37.	
Медіазнавство порівняльне (компаративне)	Медіазнавство порівняльне (компаративне)      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіакомпаративістика КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований 1) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіа й предметів, процесів і явищ, пов'язаних із ними, у різних країнах; 2) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіагалузі в тій чи іншій країні". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Прологони до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 36 (сс. 9-40).	
Медіазнавство прикладне	Медіазнавство прикладне      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на медіатеchnології й специфіку роботи медіафахівців, на вироблення практичних принципів і рекомендацій щодо впровадження сучасних медіапрактик, їхній опис, оцінювання та використання (підпорядковане певній практичній меті)". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Прологони до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'ява", Київ, с. 37.	

Медіазнавство теоретичне	Медіазнавство теоретичне      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Теорія медіазнавства КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на 1) вивчення а) змістового наповнення, системної організації та специфіки медіазнавства як науки про медіа, її місця в структурі інших наук і наукових дисциплін, б) основних функцій та засад, природи й типологічних різновидів медіа, в) особливостей розвитку дослідницьких напрямів, методів опису медійної комунікації, г) окремих явищ та процесів у медіагалузі; 2) аналіз накопичених у науці про медіа знань; 3) розроблення нових медіатеорій та концепцій розвитку медіа в інформаційних суспільствах тощо". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'єва", Київ, с. 36.
Медіазнавство типологічне	Медіазнавство типологічне      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований на зіставні дослідження особливостей типологічних різновидів медіа та предметів, процесів і явищ пов'язаних із ними, із метою з'ясування спільних ознак і характеристик медіа та специфіки окремих медіа, що передбачає розроблення наукових класифікацій і типології медіазнавчих дисциплін". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (наук. ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'єва", Київ, с. 36.
Медіаімідж	Медіаімідж      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаобраз КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "сприйняття аудиторією окремої людини, організації, території чи будь-якого іншого об'єкта, яке формується у неї через споживання та декодування продуктів засобів масової інформації". ДЖЕРЕЛО Стефанович, А.В. (2021). Медіаімідж Збройних Сил України у формуванні патріотизму молоді: перспективи та конфлікти, Київ, с. 22.
Медіаімперія	Медіаімперія      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "вид акціонерної компанії, контрольний пакет акцій якої належить медіамагнату, – як правило, людині, котра створила зазначену структуру, або отримала контроль над нею шляхом злиття або поглинання". ДЖЕРЕЛО Барзілович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 282-283.

Медіаіндустрія	Медіаіндустрія      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media industry СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Індустрія ЗМІ СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "сукупність галузей економіки, які здійснюють промислове виробництво (тиражування) і розповсюдження контенту". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основы медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 283.
Медіаінсталяція	У роботі
Медіаінтеграція	Медіаінтеграція      СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіаконвергенція, конвергенція ЗМІ
Медіаісторія	У роботі
Медіаісторіографія	У роботі
Медіаканал	Медіаканал      СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіакатегорія, див. також Медіаносій СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "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". ДЖЕРЕЛО Термінологічний словник (2012), у Шевченко, В.Е. (заг. ред.) Новітні медіа та комунікаційні технології, "Паливода А. В.", Київ, с. 372.
Медіакарта	Медіакарта      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media Contacts Database СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. База даних ЗМІ, див. також Медіаплан КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "спеціальний документ, де фіксуються важливі відомості про ЗМІ, які можуть бути корисні під час організації роботи"; "вибірка з найцікавіших ЗМІ для кожного конкретного проекту, ЗМІ, які читає і дивиться ваша цільова аудиторія". ДЖЕРЕЛО Мурашкевич, О., Сущенко, І., Савчук, К. & Юрик, О. (2014). Навчальний посібник для тренерів у сфері підготовки молодіжних працівників, ТОВ "Компанія BAITE", Київ, с. 142.

Медіакіт	Медіакіт      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media kit, Press kit СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Прескіт, Ньюскіт, інформаційний пакет КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "комплект інформаційних матеріалів. Це другий за значенням засіб після прес-релізу, що містить кілька видів матеріалів, потенційно корисних для газети або журналу (прес-реліз, бекграундер, фотографії та ін.). Як правило, медіакіти в спеціальних папках роздаються журналістам на прес-конференціях і брифінгах". ДЖЕРЕЛО Галоненко, В.А. & Рихлік, В.А. (2015). Зв'язки з громадськістю: навч. посібник, КНЕУ, Київ, с. 76.
Медіакомпанія	Медіакомпанія      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаорганізація КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "companies that produce and/or trade media content. Companies devoted to these activities might be arranged around core elements of the media business, which we identify as (1) content sourcing, (2) content aggregation, and (3) content dissemination. Thereby, content is understood as the principal task of media companies and refers to 'producer-generated' (journalistic) information, entertainment, their hybrid forms, and advertising space and contact, which has to be sourced, aggregated and disseminated in accordance with economic objectives". ДЖЕРЕЛО Voci, D., Karmasin, M., Nölleke-Przybylski, P., Altmeyden, K.-D., Möller, J., & Rimscha, M. B. (2019). "What is a media company today? Rethinking theoretical and empirical definitions", <i>Studies in Communication and Media</i>, vol. 8(1), p. 46.
Медіакомпаративістика	Медіакомпаративістика      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіазнавство порівняльне (компаративне) КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "розділ медіазнавства, орієнтований 1) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіа й предметів, процесів і явищ, пов'язаних із ними, у різних країнах; 2) на зіставлення загальних властивостей та специфіки розвитку медіагалузі в тій чи іншій країні". ДЖЕРЕЛО Іващенко В.Л. (2022). "Пролегомени до медіазнавства як нової міждисциплінарної галузі знання", в Іващенко В.Л. (ред.) Медіазнавчі студії в євроінтеграційному дискурсі України. ДП "Експрес-об'єдн." Київ, с. 36.

Медіакомпетентність	Медіакомпетентність      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "здатність до кваліфікованої, самостійної, творчої і соціально-відповідальної дії по відношенню до медіа; здатність використовувати, аналізувати, критично оцінювати і передавати повідомлення (повідомлення) в різних формах; рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основы медиаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 283. СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства. Досягається через оволодіння медіаграмотністю, є показником рівня медіакультури". ДЖЕРЕЛО "Тезаурус. Основні терміни та визначення", Медіаосвіта та медіаграмотність.	
Медіакомунікації	Медіакомунікації      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від лат. medium "засіб, спосіб" та лат. communicatio "спілкування, передавання інформації" СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Масова комунікація СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "1) медіакомунікації є синонімічним поняттям масової комунікації і під час їх розгляду слід послуговуватися теоріями масової комунікації; 2 медіакомунікації є окремим видом комунікації. (...) Дослівно це поняття можна перекласти як "спілкування за допомогою засобів, способів, через засоби. (...) МК — це процес комунікації, що відбувається за допомогою медіа. (...) якщо виходити з того, що соціальні комунікації є штучним утворенням і не є складником масової комунікації, а МК є структурним елементом соціальних комунікацій, що має ознаки масової комунікації, то за своєю суттю МК — це синтезований вид комунікації, орієнтований на масову аудиторію через медіаканали, з ознаками суб'єкт-суб'єктного синхронного інформаційного обміну (...)". ДЖЕРЕЛО Різун, В.В. & Цимбаленко, Є.С. (2013). "Медіакомунікації: до визначення понять", Українське журналісткознавство, вип. 14, с. 50, 51, 52, 56.	
Медіакомунікації міжнародні	У роботі	
Медіакомунікації стратегічні	У роботі	
Медіакомунікації цифрові	У роботі	
Медіаконвергенція	Медіаконвергенція      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіаінтеграція, конвергенція ЗМІ	

Медіаконсалтинг	Медіаконсалтинг      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА лат. medium "посередник" та consilium "послуга" КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "новий напрям діяльності, різновид консультування на ринку інтелектуальних послуг в Україні (...); "різновид консалтингової діяльності, що полягає у наданні незалежних професійних рекомендацій у сфері управління масовими комунікаціями та виготовлення готового медіа-продукту на замовлення". ДЖЕРЕЛО Доронцева, Є. Д. (2018). "Класифікаційна характеристика медіа-консалтингу як сегменту українського ринку інтелектуальних послуг", в Інтегровані комунікації, с. 49, 50.
Медіаконтент	У роботі
Медіаконцерн	Медіаконцерн      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "фінансово-промислова група, яка концентрує значні ресурси і включає компанії, що виробляють медіапродукти, а також постачальників, перевізників, наукові і проектні організації. Характерною рисою медіаконцерну є збереження юридичної і господарської самостійності учасників, котрі узгоджують і координують свої дії на ринку. (...) Медіаконцерни об'єднують телевізійні мережі та станції, інформаційні мережі, студії звукозапису, інтернет ресурси, книжкові, газетні та журнальні видавництва різного розміру, типографії, книжкові мережі, радіоканали, підприємства сфери розваг, рекламні підприємства тощо". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 283.
Медіакорпорація	Медіакорпорація      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "юридична особа, що об'єднує майно двох і більше власників. Управління медіакорпорацією здійснюється через виборчі виконавчі органи. Корпорацією вважається й договірний холдинг, де головна компанія не має контрольного пакета акцій дочірніх компаній і координує спільну діяльність на основі договору між компаніями". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 283.

Медіакритика, медійна критика	Медіакритика, медійна критика      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. Media від лат. medium "посередник" + грец. критикі "здатність, мистецтво розбирати, судити" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media criticism СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА Критика засобів масової комунікації, Журналістська критика СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "особлива сфера журналістики, де предметом оцінки, аналізу і критики стають засоби масової інформації. Медіакритика сприяє конструктивній самокритиці, виробленню загально-професійних журналістських стандартів, формуванню професійно-етичних норм, ствердженню демократичних установок у суспільній свідомості, знайомством широкого кола людей з місцем і роллю журналістики у суспільстві". ДЖЕРЕЛО Зражевська, Н.І. (2006), "Словник термінів", Масова комунікація і культура, Черкаси, с. 175.
Медіакритика академічна	Медіакритика академічна      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "піднімає ряд питань загального характеру, що стосуються особливостей функціонування ЗМК, впливу ЗМК, формування цінностей під впливом ЗМК тощо, а також здійснює аналіз конкретних медіапродуктів чи медіатекстів"; "розвивається у науковому форматі і адресується переважно дослідникам у галузях журналістикознавства та соціальних комунікацій. Вона націлена на перманентну ревізію існуючих у сфері практичної журналістики діючих нормативів, стандартів, аксіологічних принципів тощо. Об'єктом академічної медіакритики є найчастіше системні явища, що визначають перебіг журналістської діяльності у її конкретних проявах". ДЖЕРЕЛО Сулім, А.А. (2015), Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика, Дніпропетровськ, с. 70, 71-76.
Медіакультура	Медіакультура      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки". ДЖЕРЕЛО "Тезаурус. Основні терміни та визначення", Медіаосвіта та медіаграмотність. СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки". ДЖЕРЕЛО Велика українська енциклопедія: е-ВУЕ (2015-2022), Державна наукова установа "Енциклопедичне видавництво", Київ.

Медіакультура особистості	Медіакультура особистості      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "комплекс установлень (настановок) щодо характеру інформаційного продукту, отриманого від мас-медіа, як систему інформаційних потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок користуватися засобами мас-медіа та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі соціалізації". ДЖЕРЕЛО Найдьоньова, Л.А. & Баршполець, О.Т. (ред.) (2009), Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід, Мленіум, Київ, с.72.
Медіакультура суспільства	Медіакультура суспільства      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у ньому, знакову систему, культуру пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації, а також культуру її сприйняття соціальними групами чи соціумом у цілому". ДЖЕРЕЛО Найдьоньова, Л.А. & Баршполець, О.Т. (ред.) (2009), Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід, Мленіум, Київ, с.71.
Медіакультурознавство	Медіакультурознавство      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ nlm. Medienkulturwissenschaft
Медіаландшафт	Медіаландшафт      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіасередовище
Медіалексикографія, медійна лексикографія	Медіалексикографія, медійна лексикографія      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від лат. medium "посередник" та гр. λεξικογραφία, λεξικόν "словник", γράφω "пишу" СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіасловникарство СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "інноваційний напрямок сучасної комунікативної лінгвістики, що відбиває актуальні тенденції розвитку комунікативної сфери суспільного життя. З середини 20 століття професійний інтерес дослідників мас-медіа до слова у ЗМІ виявився не лише у створенні численних різножанрових наукових творів, але й у спробах представити систему понять, операційних для медіа". ДЖЕРЕЛО "Медійна лексикографія", Вікіпедія (26 червня, 2020).

Медіалізм	Медіалізм      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіалізм обумовлює тісний зв'язок засобів масової інформації та політики, трансформацію ролі дипломатії в сучасних умовах, що дає підстави говорити дослідникам про медіа-дипломатію як засіб ведення зовнішніх зносин через посередництво ЗМІ". ДЖЕРЕЛО Павлюк, О.О. (2017). "Феномени медіалізму та медіатизації та їх вплив на міжнародні відносини", Гілея: науковий вісник, вип. 124, с. 309.
Медіалінгвістика	Медіалінгвістика      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. media від лат. medium "посередник" та фр. linguistique від лат. lingua "мова" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media linguistics СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА Мова засобів масової інформації СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "нова міжгалузєва гуманітарна дисципліна, яка займається вивченням функціонування мови в засобах масової інформації. М. розглядає такі питання, як: теоретичні засади та суспільні передумови виникнення М.; роль ЗМІ в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіамовлення; поняття медіатексту як базової категорії М.; опис методів вивчення текстів масової інформації; аналіз лінгвостилістичних ознак основних типів і жанрів медіатекстів – друкованих, електронних, інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних; дослідження різних аспектів медіадискурсу в контексті міжкультурної комунікації та ін." ДЖЕРЕЛО Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2014, с. 90.
Медіаманіпуляція	У роботі
Медіамаркетинг	Медіамаркетинг      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. media-marketing від market "ринок" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. media marketing СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Маркетинг соціальний, маркетинг соціальних медіа, маркетинг у соціальних медіа (мережах), SMM

Медіамаркетинг соціальний, маркетинг соціальних медіа, маркетинг у соціальних медіа (мережах), SMM	Медіамаркетинг соціальний, маркетинг соціальних медіа, маркетинг у соціальних медіа (мережах), SMM ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. social media marketing СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань. Попри те, що терміни електронного маркетингу та цифровий маркетинг залишаються домінуючими в академіях, маркетинг соціальних мереж стає все більш популярним для практикуючих, так і для дослідників". ДЖЕРЕЛО "Маркетинг у соціальних мережах" (10 липня 2023), Вікіпедія. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "особливий інструмент Інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренду за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів. Запускаючи механізми вірусного маркетингу, вони збільшують не лише кількість інформації, висвітленої на сайті, а також підвищують його рейтинг у пошукових системах". ДЖЕРЕЛО Гриценко, О.Ф. & Нещева, А.Д. (2013), "Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства", Маркетинг і менеджмент інновацій, Вип. 4, с.98.
Медіамедицина Медіаменеджмент	У роботі Медіаменеджмент ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media management КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Під медіаменеджментом (...) будемо розуміти організацію процесу підготовки, випуску й реалізації інформаційного продукту, цілеспрямований вплив на людські відносини в процесі створення унікального контенту і його пропозиції потенційним споживачам з метою поширення й одержання прибутку через задоволення потреб аудиторії". ДЖЕРЕЛО Брадов, В.В. (2014). "Функціональні особливості менеджменту інформаційного виробництва", Інформаційне суспільство, вип. 20, с. 5. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Media management is seen as a business administration discipline that identifies and describes strategic and operational phenomena and problems in the leadership of media enterprises. Media management contains the functions strategic management, procurement management, production management, organizational management and marketing of media enterprises". ДЖЕРЕЛО Aris, A. & Bughin, J. (2009), Managing Media Companies: Harnessing Creative Value, 2nd ed., London.
Медіаменеджмент соціальний	Медіаменеджмент соціальний ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. SMM, Social media management СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "цілеспрямоване управління комунікаціями підприємства та організації у соціальних медіа". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основы медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 284.

Медіаметрія	Медіаметрія СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "сукупність технологій та статистичних методів оцінювання популярності публікацій. Медіаметрія нових медіа забезпечується вбудованими у INTERNET-мережу інструментами, що дозволяють здійснювати більш ефективний медіамаркетинг". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруків, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основні медіаменеджменту, КТІІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 284.	
Медіамистецтво, медіамистецтва	Медіамистецтво, медіамистецтва ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА лат. medium "середина, посередник" та англ. art "мистецтво" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media art, media arts СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіаарт, мистецтво нових медіа, комп'ютерне мистецтво, кіберарт, електронне мистецтво, цифрове мистецтво СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "мистецтва, засновані на медійних засадах: анімація, комп'ютерна графіка, цифрове кіно і фотографія, художнє телебачення, радіо, відеоарт, техноарт тощо". ДЖЕРЕЛО Баришполець, О.Т. (2014). Український словник медіакультури, Міленіум, Київ, с. 42.	
Медіанаука	У роботі	
Медіаносій	Медіаносій СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаканал, медіапланування СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "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". ДЖЕРЕЛО Термінологічний словник (2012), у Шевченко, В.Е. (заг. ред.) Новітні медіа та комунікаційні технології, Талівода А. В., Київ, с. 372-373.	

Медіаосвіта неформальна	У роботі
Медіапедагогіка	Медіапедагогіка YouTube, Education, Computer, Word, RSS КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "органічна частина ширшої галузі знання – медіакультури". ДЖЕРЕЛО Робак, В. (2006). "До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині", Другий український педагогічний конгрес, ТзОВ Камула, Львів, с. 276.
Медіаперформанс	У роботі
Медіапідприємство, медійне підприємство (фірма)	Медіапідприємство, медійне підприємство (фірма) YouTube, Education, Computer, Word, RSS СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "організаційно-господарська одиниця, яка зареєстрована органом державної влади або органом місцевого самоврядування, систематично здійснює виробничу, творчу, торгівельну та інші види діяльності у медіасередовищі, задовольняючи потреби масової аудиторії у медійному продукті". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КТІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 285.
Медіапланування	Медіапланування YouTube, Education, Computer, Word, RSS СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаносій СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "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". ДЖЕРЕЛО Термінологічний словник (2012), у Шевченко, В.Е. (заг. ред.) Новітні медіа та комунікаційні технології, "Паливода А. В.", Київ, с. 373.
Медіаплатформа	Медіаплатформа YouTube, Education, Computer, Word, RSS КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Під медіаплатформами в цьому випадку розуміємо таке: телебачення; книги; веб-сайти; соціальні мережі; реальний світ (афіші, плакати); мультимедійні презентації; комп'ютерні ігри та ін." ДЖЕРЕЛО Зражевська, Н.І. (2021). Теорія медіа та суспільства, Київ, Київський університет імені Бориса Грінченка, с. 161.

Медіаподія	Медіаподія      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media event СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Псевдоподія СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "подія або дія, яка створюється з єдиною метою привернути увагу до засобу масової інформації". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основы медіаменеджменту, КТІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 284.
Медіаполітика	У роботі
Медіаправо	У роботі
Медіапрактика	Медіапрактика      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "цілораціонально сформований та застосований в комунікативних потоках інформаційного функціонування суспільства досвід смислових, сюжетних, контекстуальних стереоскопічних (-фонічних) та технічних варіантів організації діяльності на основі 'нових медіа'". ДЖЕРЕЛО Покуліта, І. К. & Колотило, М. О. (2020). Медіапрактики у соціальній роботі, Вид-во «Політехніка», Київ, с. 102.
Медіапрогнозування	У роботі
Медіапродакшн	Медіапродакшн      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від англ. media (лат. medium "посередник") та англ. production "виробництво" (процес створення, виготовлення або виробництво продуктів чи матеріалів) ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media production СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА син. Медіавиробництво СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "Media production means the making of a motion picture, television show, video, commercial, Internet video, or other viewable programming provided to viewers via a movie theater or transmitted through broadcast radio wave, cable, satellite, wireless, or Internet". ДЖЕРЕЛО "Media production definition", Law Insider.

Медіапродукт	Медіапродукт СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "конкретні види медіаповідомлення разом з їх носієм; номенклатура носіїв, що характеризує профільну спеціалізацію фірми-виробника (наприклад, книги, газети, журнали, радіо- і телепередачі, кінофільми, анімаційні фільми, рекламні ролики)". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основы медиаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 284.
Медіапроект	Медіапроект КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіапроекти передбачають створення систем, які оперують інформацією і є «технокультурними гібридами», що означає наявність матеріальної технічної бази, яка дозволяє конструювати різні види соціальної комунікації (в тому числі, віртуальну) і здійснювати обмін і зберігання інформації". ДЖЕРЕЛО Іванова, С.А. (2019). Медіапроекти: Методична розробка, ДНУ імені О.Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, Дніпро, с. 2.
Медіапроект цифровий	У роботі
Медіапростір	Медіапростір СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіасфера
Медіапростір інклюзивний	У роботі
Медіапросьюмеризм	Медіапросьюмеризм ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. media + prosumer від producer "виробник" і consumer "споживач" КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "тип компетентного медіаспоживання, який виявляється в здатності аналітично вибирати, оцінювати й декодувати медіапродукти, опановувати інформаційні технології й самостійно виробляти повідомлення, підтримувати діалог із редакціями ЗМІ та впливати на їхні концепції тощо". ДЖЕРЕЛО Крайнікова, Т. (2015). "Медіапросьюмери як виклик українським ЗМІ", Media Sapiens.
Медіапроцес	Медіапроцес КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "(...) глобальні медіа здатні впливати на розвиток тих чи інших подій, прийняття політичних рішень через феномени медіалізму та медіатизації, що веде до перетворення світової політики в медіапроцес". ДЖЕРЕЛО Попа, Т.А. (2013). "Інформаційно-комунікаційні технології в контексті сучасних міжнародних відносин: соціально-філософський аналіз", Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія, № 2, с. 63.

Медіасередовище	Медіасередовище      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "медіасередовище включає сукупність функціонуючих медіа, інформаційних каналів, каналів неформальної комунікації, інсайдерську інформацію, спеціалістів та непрофесіоналів, що створюють, обслуговують та споживають тексти. Вони взаємодіють один з одним, знаходяться у відносинах конкуренції, функціонують за законами медіаринку. Суб'єктами управління в даному випадку виступають: держава, як виразник суспільного інтересу, бізнес; некомерційні організації; ЗМІ; окремі особи". ДЖЕРЕЛО Барзілович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А. & ін. (2017). Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 149-150.
Медіасистема	У роботі
Медіасловник, медійний словник	Медіасловник, медійний словник      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медійні словники (медіасловники) в лексикографічному дискурсі сьогодні здебільшого репрезентують такі різновиди: (1) словники мови медіа / мас-медіа / ЗМІ, або словники медіалексики (у вузькому розумінні медіа) (...); (2) мережеві, або [онлайн-]словники, глосарії, енциклопедії медійних термінів / медіатермінів (у широкому розумінні медіа), які використовують у галузі журналістики, текстології / лінгвістики тексту, видавничої справи, медіавиробництва, мультимедіа, екранних (аудіовізуальних) медіа / кіно та ширше нових медіа – мобільних пристроїв, відеоплатформ, комп'ютерної продукції, інтернету, соціальних медіа / мереж тощо (...); (3) словники, глосарії, енциклопедії медіазнавчих термінів (термінів дисциплін медіазнавчого циклу) (...); (4) мультимедійні словники (зокрема аудіовізуальних медіапродуктів; більшою мірою комбіновані, поєднують мережеві / [онлайн-]словники медійних (у широкому розумінні медіа) або медіазнавчих термінів та продукти інфографіки, графіки, мультимедіа, що їх ілюструють; словники у форматі додатків із відео- та аудіоматеріалом) (...)". ДЖЕРЕЛО Іващенко, В.Л. (2024). "Засади медійного словникарства в практиці створення лексичного мінімуму медіазнавця", в Стилістика модерного часу, Видавництво Ліра-К, Київ, с. 137-139.
Медіасловникарство, медійне словникарство	Медіасловникарство, медійне словникарство      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіалексикографія КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "новий напрям лексикографічної діяльності, що виформовується на межі взаємодії комунікативної лінгвістики, медіалінгвістики та комп'ютерної лінгвістики"; "новий напрям лексикографічної діяльності – медіалексикографія (медіасловникарство) як різновид дискурсивної лексикографії, який кваліфіковано інноваційним у структурі комунікативної лінгвістики. Він започаткував серію дискурсивно-стилістичних медійних словників (у розумінні медіа як мас-медіа / ЗМІ)"; "це один вектор розвитку медіасловникарства, пов'язаний із широким розумінням медіа, який реалізує себе більшою мірою в межах комп'ютерної лінгвістики та медіазнавства. Він пов'язаний зі створенням онлайн-ових гіпермедійних термінологічних словників формату ЕОР як віртуальних лабораторій, у яких терміни візуалізовано в різний спосіб (через плакати, [інтерактивну] інфографіку, візуальні історії, відео тощо)". ДЖЕРЕЛО Іващенко, В.Л. (2024). "Засади медійного словникарства в практиці створення лексичного мінімуму медіазнавця", в Стилістика модерного часу, Видавництво Ліра-К, Київ, с. 131, 151-152.
Медіаскульптура	Медіаскульптура      СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Медіаінсталяція

Медіатехнології, медійні технології	Медіатехнології, медійні технології      СІНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Мультимедійні технології СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "1) (мульти)медійні технології в розумінні програмних та апаратних засобів для введення, обробки збереження, відтворення окремих форм такої інформації (створення мультимедійних видань); 2) технології поширення інформації на медійному ринку, впливу на аудиторію". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017). "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КТІ Ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 284-285. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "(...) сукупність методів, операцій і способів передачі й подання інформації або даних зацікавленими суб'єктами виборчого процесу з метою впливу на свідомість виборців". ДЖЕРЕЛО Рум'янцева, С.В. (2013). "Медіа-технології у виборчому процесі: сутність та значення", Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна, серія "Питання політології", No 1060, с. 113.	
Медіатехнології електронні	Медіатехнології електронні      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "Electronic media technologies is defined as 'technologies that distribute communications, commonly user-generated content, within virtual communities'". ДЖЕРЕЛО "Electronic media technologies Definition", Law Insider. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "до електоральних медійних технологій увійшли ті, що з'являються завдяки новітнім медіа (у першу чергу, Інтернету та засобам масової комунікації, що з ним пов'язані) та мобільному зв'язку. Прикладами медіа-технологій цього типу можуть слугувати: агітаційні sms-повідомлення, запрошення на зустрічі з кандидатами від політичних сил, дзвінки, використання блогів, електронної пошти, особистих сайтів кандидатів і політичних партій, новинних електронних журналів і газет політичного характеру, Facebook, відео-каналів тощо". ДЖЕРЕЛО Рум'янцева, С.В. (2017). Медіа-технології у виборчому процесі: світові тенденції та українська практика, [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси], Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків, с. 114.	
Медіатехнології традиційні	Медіатехнології традиційні      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "технології, які втілюються в життя за допомогою засобів масової комунікації, які прийнято називати 'класичними' або 'традиційними' (тобто телебачення, друкованих ЗМК та радіо), а також зовнішньої реклами та друкованої продукції. Прикладами таких технологій можуть слугувати: агітаційні політичні ролики, фільми, кліпи, ток-шоу, теледебати, виступи в радіоефірі, друковані інформаційні листи, брошури органів державної влади тощо". ДЖЕРЕЛО Рум'янцева, С.В. (2017). Медіа-технології у виборчому процесі: світові тенденції та українська практика, [Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси], Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків, с. 114.	

Медіатизація [медійна]	Медіатизація [медійна]      КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "Медіатизація є процесом конструювання політичного простору, маркування його за допомогою медіаскандалів та інших медіаподій, а медіа, у тому числі й мережеві, є потужним агентом створення та перетворення політичної реальності"; "Медіатизація як глобальний тренд створює всі умови для інформаційного впливу інших країн на Україну та інформаційних війн як ефективною скла- довою частини гібридної війни". ДЖЕРЕЛО Загірний, О.В. (2021). "Медіатизація політики як чинник демократичного транзиту", Політикус, вип. 2, с. 34.
Медіатор	Медіатор      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА англ. mediator "посередник" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Mediator КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "спеціально підготовлений посередник у вирішенні конфліктів, який однаково підтримує обидві сторони та допомагає їм знайти взаємоприйнятне рішення. Медіатор несе відпо-відальність за процес, а не за рішення". ДЖЕРЕЛО Казарінов, Ю. (2016). "Поняття медіації, медіатора, характерних особливостей та етапів проведення у ДНЗ "МВПУПІТ". Медіація в ППНЗ: досвід, що базується на позитивному спілкуванні, Друкарня ДНЗ "МВПУПІТ", Дніпропетровськ, с. 11. СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "спеціально підготовлена нейтральна, незалежна, неупереджена фізична особа, яка проводить медіацію". ДЖЕРЕЛО Верховна Рада України (2021), Закон України "Про медіацію" № 1875-IX (редакція від 16.11.2021).
Медіаустанова	У роботі
Медіафілософія	Медіафілософія      ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від грец. μέσος μέσος "середній", "посередник"; φιλοσοφία "любомудріє, любов до мудрості" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media Philosophy, нім. Medienphilosophie СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "підхід до розуміння медіапростору, актуальний напрямок гуманітарної думки, яке акцентує свою увагу на вивченні теорії і філософії медіа, як у широкому розумінні поняття "медіа"(універсальний посередник у спілкуванні), так і у вузькому (ЗМІ)". ДЖЕРЕЛО "Медіафілософія", Вікіпедія (7 вересня 2023).

Медіафраншиза	Медіафраншиза      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media franchise СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "спосіб передачі інтелектуальної власності з метою створення медійного продукту (або продуктів), в яких використовуються персонажі, антураж і торгова марка оригінального медійного твору, такого як фільм, літературний твір, телевізійна передача або відеогра". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 285.
Медіахолдинг	Медіахолдинг      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "компанія, що володіє контрольним пакетом акцій в інших компаніях ЗМІ. Медіахолдинг має ієрархічну структуру, включає дочірні і інші споріднені компанії в різних регіонах" ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 285.
[Медіа]хостинг	[Медіа]хостинг      СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "сервіси для обміну і поширення контенту, що дозволяють користувачу викласти контент у вільний доступ або збирати його у приватну бібліотеку, на яку можуть підписатися інші користувачі". ДЖЕРЕЛО Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основи медіаменеджменту, КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 294.
Медіацентр	Медіацентр      ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. Media center КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "головний комунікаційний майданчик"; "фокусується на роботі з іноземними журналістами, впроваджує ефективну комунікацію між урядом, бізнесом та громадським сектором, долучається до пошуку креативних рішень та стратегій, які мають допомогти Україні перемогти у війні та відновитися після неї"; "сервісна допомога іноземним журналістам: консультації щодо акредитацій та інших аспектів професійної діяльності в Україні, сприяння у взаємодії з органами української влади; щоденні брифінги з представниками влади, спікерами, учасниками подій та експертами на найактуальніші теми, події off-the-records; престури на деокуповані території та інші актуальні локації; продюсерський центр, який допоможе знайти цікаві теми, героїв та контакти для ваших матеріалів; коворкінг зі стабільним освітленням та зв'язком – у нас журналісти мають можливість зарядити електронні пристрої, під'єднатися до Інтернету, виконати свої завдання та відправити матеріали вчасно, а на випадок повітряної тривоги є облаштоване бомбосховище; співпраця з місцевою владою та громадськістю". ДЖЕРЕЛО Ukraine Media Center.

Медіація	     Медіація ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА лат. <i>mediatio</i> "посередництво" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. <i>Mediation</i> КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "інструмент, який дозволяє урегулювати конфлікт на початковому етапі, не призводячи до порушень емоційного фону та трудових стосунків". ДЖЕРЕЛО Нудьга, В. "Впровадження технології медіації у супровід виробничої практики учнів профтехучилища", Медіація в ПТНЗ: досвід, що базується на позитивному спілкуванні, Друкарня ДНЗ "МВПУПІТ", Дніпропетровськ, с. 26. КОНТЕКСТНЕ ЗНАЧЕННЯ "вид альтернативного врегулювання спорів, метод вирішення конфліктів із залученням посередника (медіатора)". ДЖЕРЕЛО Макаров, В. "Вступне слово: Медіація в ПТНЗ: досвід, що базується на позитивному спілкуванні", Медіація в ПТНЗ: досвід, що базується на позитивному спілкуванні, Друкарня ДНЗ "МВПУПІТ", Дніпропетровськ, с. 4.
Мультимедіа	     Мультимедіа ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від лат. <i>multum</i> "багато", <i>medium</i> "засоби" ЕКВІВАЛЕНТ ІНШОЮ МОВОЮ англ. <i>Multimedia</i> СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "(...) комплекс апаратних і програмових засобів, які надають можливість користувачеві працювати в діалоговому режимі з різними типами інформації (графікою, текстом, звуком, відео), організованим в єдину систему". ДЖЕРЕЛО Масол, Л.М. (2008), Енциклопедія освіти, Юрінком Інтер, Київ, с. 479. СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Технології мультимедійні
Мультимедійність	     Мультимедійність ЕТИМОЛОГІЯ ТЕРМІНА від англ. <i>multi</i> "багато" і <i>media</i> "носії, середовище" СИНОНІМ АБО ВІДСИЛАННЯ ДО ІНШОГО ТЕРМІНА див. також Мультимедіа, мультимедійна стаття СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ "характеристика представлення інформації за допомогою різних медійних цифрових форматів – як тексту, фотографії, аудіозаписів, відеозаписів, графіки, анімації та ін." ДЖЕРЕЛО Термінологічний словник (2012), у Шевченко, В.Е. (заг. ред.) Новітні медіа та комунікаційні технології, "Паливода А. В.", Київ, с. 378.

Мультимедійність контенту

Мультимедійність контенту



СЛОВНИКОВЕ ЗНАЧЕННЯ

"одночасне представлення інформації в різних формах (звук, графіка, анімація, текст)".

ДЖЕРЕЛО

Барзилович, О.М., Григорова, З.В., Пунчак, Л.А., Сухоруков, А.І., Сухорукова, О.А. & Шевченко, І.Б. (2017), "Глосарій", в Основи
медіаменеджменту, КТІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, с. 286.

ДОДАТОК «Б»

СЛОВНИК-МІНІМУМ ТЕРМІНІВ ТЕЛЕБАЧЕННЯ
«ТЕЛЕГЛОСАРІЙ ВІД АСТУДІЇ»
(М. С. Ангелова, В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич)

Рєєстровий термін	Покликання на сторінку преїлиста в базі даних Лєксичного мінімуму медіазнавця
Асистент режисера	https://www.youtube.com/watch?v=dtwxXZ4I4u0
Бєнефіс	https://www.youtube.com/watch?v=fYbIwIqAvo8
Вїїзний продюсер	https://www.youtube.com/watch?v=Q5NIwzciCRI
«Вїбрувальна (трємтива, пошукова)» камера	https://www.youtube.com/watch?v=bgqokYatXUI&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=52
Vox populi (vox pop)	https://www.youtube.com/watch?v=4ROct2Z8q6g
Дискусія	https://www.youtube.com/watch?v=Eo6p978Zy18
Документальний фїльм	https://www.youtube.com/watch?v=i6yX53lx840
Екшн	https://www.youtube.com/watch?v=qg-OAoNj90o
Епізод	https://www.youtube.com/watch?v=zF7Of8y86Bs&feature=youtu.be
Журналістське розслідування	https://www.youtube.com/watch?v=PcOyM45Vxhw
Закадровий (консервований) смїх	https://www.youtube.com/watch?v=kIkdf1ZSNco
Звукооператор	https://www.youtube.com/watch?v=BzgB6lFZ8Lg
Звукорежисер	https://www.youtube.com/watch?v=f00g1-MHGuk
Інформаційне агентство, інформаційна агенція	https://www.youtube.com/watch?v=onY-pcKNU_0
Камкордер	https://www.youtube.com/watch?v=-Yq5CmPX0hI
Кліп, відеокліп	https://www.youtube.com/watch?v=Hu31jCCqrrU
Комедія ситуацій, ситком	https://www.youtube.com/watch?v=hUuu201BY0o&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=53
Коментар	https://www.youtube.com/watch?v=-ZX-1i0OGRE

Кореспондент	https://www.youtube.com/watch?v=QBsiIVpL5xU
Лінійний продюсер	https://www.youtube.com/watch?v=NJS2OLgnqpg
Люфт	https://www.youtube.com/watch?v=5zwRzdY2mGQ
Медіафраншиза	https://www.youtube.com/watch?v=f8Kj5s9q1Ec
Мінісеріал	https://www.youtube.com/watch?v=UENdeoxFkao
Мок'юментарі, докукомедія	https://www.youtube.com/watch?v=F30FZ-HVB_I&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=54
Монтаж	https://www.youtube.com/watch?v=q5nsR0sUAoY
Новини	https://www.youtube.com/watch?v=NVQSMnrrFbc&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=62
Огляд	https://www.youtube.com/watch?v=2z2hxxQxl48
Оператор відеоапаратної, оператор відеотехнічної апаратної	в роботі
Освітлювач	https://www.youtube.com/watch?v=p9f50T4ywdA
Панорамне знімання (фільмування, знимкування)	https://www.youtube.com/watch?v=9uFFUjd9684&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=55
Перевернута піраміда	https://www.youtube.com/watch?v=6KaP9GlEaU8
Підведення, підвід	https://www.youtube.com/watch?v=IS1E2nCYzMM&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=63
Пляшковий епізод	https://www.youtube.com/watch?v=h-kfjrRl8GA
Правило шести запитань	https://www.youtube.com/watch?v=jp9Bg4L6rKk&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=56
Прайм-тайм, піковий час	https://www.youtube.com/watch?v=F7vqTW4uFL0
Прем'єра сезону	https://www.youtube.com/watch?v=WjENg5Vmv-0
Продюсер	https://www.youtube.com/watch?v=i-Y3RCufQHI
Продюсер дирекції інформаційних	https://www.youtube.com/watch?v=ZCCznoFmFZw

програм	
Псевдодокументальний фільм	https://www.youtube.com/watch?v=eD_apQ1vijM&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=57
Ракурс	https://www.youtube.com/watch?v=RKRgdJ6RVUY
Рамка кадру	https://www.youtube.com/watch?v=7yKq-3e5fH0&feature=youtu.be
Реаліті-шоу, реаліті-телебачення	https://www.youtube.com/watch?v=01prON6bZhc&feature=youtu.be
Редактор	https://www.youtube.com/watch?v=pKBBSieEbIQ
Режисер монтажу	в роботі
Реклама	https://www.youtube.com/watch?v=2pWnemF6FZM
Рір-проекція	https://www.youtube.com/watch?v=ZKIWfEa0XV8
Субтитри	https://www.youtube.com/watch?v=s-MlkdBeoPw
Схема підготовки випусків новин	https://www.youtube.com/watch?v=A3kvh5yi8eM
Телевізійна гра (телегра)	https://www.youtube.com/watch?v=vpYrR0dBNUA
Телевізійна драма (теледрама), теледраматургія	в роботі
Телевізійна мережа, телерадіомовлення	https://www.youtube.com/watch?v=qEkX3yxZDYQ
Телевізійна новела (теленовела)	
Телевізійна трансляція (телетрансляція)	https://www.youtube.com/watch?v=c4G-bov5rFw&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=61
Телевізійний ведучий (телеведучий), ведучий телевізійних програм	https://www.youtube.com/watch?v=U_vUG2uue_U
Телевізійний грим, макіяж	https://www.youtube.com/watch?v=o5_XhLCfskY&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=59
Телевізійний звук	https://www.youtube.com/watch?v=ao94DhBXAkU&list=PLXpm9hSPU9RNdXIiHklwoykeWEVV0Fdf8&index=60

Телевізійний фільм (телефільм)	https://www.youtube.com/watch?v=I1K9lzAsVhY&list=PLXpm9hSPU9RNdXliHklwoykeWEVV0Fdf8&index=64
Телевізійний марафон (телемарафон)	https://www.youtube.com/watch?v=Kt2fCRfAjWA
Телевізійний міст (телеміст)	https://www.youtube.com/watch?v=Phu4rgjjZdg
Телевізійний серіал (телесеріал)	https://www.youtube.com/watch?v=6qDxH4twS88
Телевізійні дебати (теледебати)	https://www.youtube.com/watch?v=MjTIvOLv3HA&feature=youtu.be
Точка знімання (фільмування, знімкування), знімальна точка	https://www.youtube.com/watch?v=iurOrTCopF4&list=PLXpm9hSPU9RNdXliHklwoykeWEVV0Fdf8&index=58
Трансфокатор	https://www.youtube.com/watch?v=OUxf7WZ-2Fg&feature=youtu.be
Тревелінг	https://www.youtube.com/watch?v=R2oQeh43Uw8&feature=youtu.be
Фейкові новини	https://www.youtube.com/watch?v=WQrjjRxE6yg
Фінал сезону	https://www.youtube.com/watch?v=dE8oITz3388&feature=youtu.be
Шеф-редактор	https://www.youtube.com/watch?v=EDKj1aTI2Iw&list=PLXpm9hSPU9RNdXliHklwoykeWEVV0Fdf8&index=66
Шоуранер	https://www.youtube.com/watch?v=jRmtTHcE0mQ

ДОДАТОК «В»

**ПЕРЕЛІК МЕДІАПРОЄКТІВ У БАЗІ ДАНИХ ЛЕКСИЧНОГО
МІНІМУМУ МЕДІАЗНАВЦЯ**
(М. С. Ангелова, Т. І. Поліщук, В. Л. Іващенко, В. О. Яскевич)

ВІДЕОПРОЄКТИ

Регістрний термін на позначення формату відеопроєкту	Дефініція	Назва відеопроєкту	Покликання на сторінку відеопроєкту в базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця
АВТОРСЬКИЙ ВЛОГ	«Влог – це відео блог, у якому автор ділиться своїми думками, спостереженнями, показує свою роботу або життя».	«ЖИВІ ЛІТЕРИ»	https://www.youtube.com/watch?v=1wZSBNiqz9o&t=7s
		«ПРИГОДИ НА 5Т»	https://www.youtube.com/watch?v=VOh8LAcK4fY
		«ЛАЙФХАКИ ДЛЯ БАТЬКІВ»	https://www.youtube.com/watch?v=IGw7ADOTM9U
		«БЛОГ ТУПО-ТБ»	https://www.youtube.com/watch?v=TLKoQPwfRv0
ВІДЕОСЮЖЕТ	«Відеосюжет – це короткий відеотвір, який показує основні моменти події чи явища в їхній хронологічній чи логічній послідовності».	«ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ»	https://www.youtube.com/watch?v=9KDjsowxylo
ВІДЕОПОРТРЕТ	«Відеопортрет – аудіовізуальний твір, який розкриває особливості та характер певної особистості».	«ЗІРКОВІ ЕКСКУРСІЇ»	https://www.youtube.com/watch?v=KXsfwiHbsB0&t=204s
		«ВИКЛАДАЧІ НАВИВОРІТ»	https://www.youtube.com/watch?v=ZyZDVtK6mIU
		«ПРОКАЧАЙ СВОЮ УКРАЇНСЬКУ»	https://www.youtube.com/watch?v=xFK

			YWZANl4k&t=66s
		«ЖИВИЙ СЛОВНИК НЕЗАЛЕЖНОСТІ»	https://www.youtube.com/watch?v=WUgYV78ymS4
		«ВОНИ. ГРІНЧЕНКІВЦІ»	https://www.youtube.com/watch?v=As0UJBgLkFQ&t=194s
БЛІЦ-ОПИТУВАННЯ	«Бліц-опитування – різновид відеотвору, змонтований запис відповідей представників цільової аудиторії на актуальне питання. На телебаченні часто застосовується термін “Vox populi”».	«ОПИТУВАННЯ СТУДЕНТІВ КИЇВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА»	https://www.youtube.com/watch?v=kbZwb40KfYM
ТОК-ШОУ	«Ток-шоу – різновид телепередачі, телевізійної дискусії, полілог, обговорення питань загального інтересу, погляд. У ток-шоу беруть участь запрошені компетентні експерти, герої, які мають особистий досвід в означеній темі та глядачі в студії. Спілкування організує один або кілька телеведучих».	«НАУКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ: ВИРОК ЧИ ПАНАЦЕЯ»	https://www.youtube.com/watch?v=V_FFQPUCvr0
ВІДЕОЗАМАЛЬОВКА	«Відеозамальовка – різновид відеотвору, в якому	«ПОБАЧЕННЯ З КВІТАМИ ОBOB'ЯЗКОВЕ»	https://www.youtube.com/watch?v=rgcC5nhGWSs

	образність переважає над інформаційністю, немає чітко визначеного сценарного ходу, проте є висока художність операторської роботи, що створюється з метою викликати емоційну реакцію у глядачів за допомогою образів, кольорів, композицій та ритму. Для замальовки не обов'язкова композиційна завершеність, логічність. На телебаченні часто замальовкою називають поєднання пов'язаних кадрів».		
ВІДЕОКЛІП	«Відеокліп – формат короткого відеотвору для телебачення та цифрових платформ. Для кліпу характерна швидка й енергійна манера гри акторів, дуже короткі кадри, що знімаються в такому масштабі, коли значна частина екрана зайнята активним рухом».	«SAFETY DANCE» / Grinchenko University version»	https://www.youtube.com/watch?v=tknnxl6f6ac

РЕКЛАМНИЙ ВІДЕОРОЛИК	«Рекламний відеоролик – вид рекламної продукції, спрямований на покращення іміджу певної компанії, продаж її послуг або товарів. Відеороликам можуть бути орієнтовані на позиціонування якоїсь соціальної цінності».	РЕКЛАМА «АСТУДІЯ»	https://www.youtube.com/watch?v=RglkSSZml5E
		«УНІВЕРСИТЕТУ З ЛЮБОВ'Ю... ВІД ЖУРНАЛІСТІВ»	https://www.youtube.com/watch?v=Nr5jlNZkpS0&t=23s
КЕПШН-ВІДЕО	«Кепшн-відео – відеоформат, що застосовує фото/відео матеріали та титри, інколи озвучування; адаптований для цифрових платформ, найчастіше використовується в соціальних мережах».	«СЛОВА НЕЗАЛЕЖНОСТІ»	https://www.youtube.com/watch?v=dh13o1QpkKk
ВІДЕОРІЛЗ	«Відеорілз – відеоформат, що застосовує готові шаблони, які пропонують цифрові платформи, зазвичай вертикальної орієнтації кадру; створюється з фото/відео кадрів і присвячений одній темі».	«ЗНАКОВІ_КИЯНИ»	https://www.facebook.com/reel/1045412550322057
ФОТОФІЛЬМ	«Фотофільм – фільм, який	«ІНШЕ ЖИТТЯ. ВІЙНА»	https://www.youtube.com/watch?v=28CV

	складається з нерухомих кадрів-фотографій зі використанням музичного супроводу; розповідає історію чи розкриває певну соціально значущу тему».		tfFSxtY&list=PLXpm9hSPU9RMwqBuLuyiWOk5r-a2EMPvI
ТЕЛЕПЕРЕДАЧА	«Телепередача – змістовно завершена частина програми ТБ із відповідною назвою, обсягом трансляції й авторським знаком, що може бути використана незалежно від інших частин програми і розглядається як цілісний інформаційний продукт».	«ПОМІЧНИКИ»	https://www.youtube.com/watch?v=kG2CRy-SnDs&list=PLXpm9hSPU9RObzm sKS-jLMpP2Dvow_O1B
		«УКРАЇНОГРАЙ В ГОСТЯХ У ПАНА САВКИ»	https://www.youtube.com/watch?v=oaZRMtB4xnc&t=15s
АНІМАЦІЙНИЙ ФІЛЬМ	«Анімаційний фільм – вид кіномистецтва, твори якого створюють методом покадровго знімання послідовних фаз руху мальованих (графічна або мальована анімація) або об’єктів (об’єктна або лялькова анімація) картинок. Розрізняють 4 типи	«ТАМАРА КОЛОМІЄЦЬ. Недобрий чоловік Нехай»	https://www.youtube.com/watch?v=I8CMfVA6wa4
		«STOP MOTION»	https://www.youtube.com/watch?v=OLN29TvRpr0
		«ПІДВОДНА БРАТВА KID’S DUBBING»	https://www.youtube.com/watch?v=tTIK5weajoc

	анімації: 2D, 3D, покадрова мультиплікація і stop-motion».		
ТЕЛЕГРА	«Телегра, ігрове шоу — різновид телевізійних шоу, головним елементом сюжету якого слугує змагання або ж сама гра».	ФРАЗЕОЛОГІЗМИ. ПІЗНАВАЙ УКРАЇНСЬКУ У ГРІ!	https://www.youtube.com/watch?v=p1U UxqimRIE
ВІДЕОЗВІТ	«Відеозвіт – розповідь про знакову подію чи проявлене під час події явище за допомогою Відеоматеріалів».	«ГЕРЕПУЄМО ОСВІЧЕНІСТЬ»	https://www.youtube.com/watch?v=IVssI efucr4
		«НЕОБ’ЄКТИВНА РЕАЛЬНІСТЬ / KYIV PHOTO WEEK»	– https://www.youtube.com/watch?v=nZBk_aro4C0&t=9s
МАЙСТЕР-КЛАС	«Майстер-клас – відеотвір, в основу якого покладено популярний метод навчання – вдосконалення практичної майстерності через демонстрацію власних навичок та вмінь; проводить фахівець у певній сфері діяльності».	«МАЙСТЕР-КЛАС БОГДАНА КУТЄПОВА»	https://www.youtube.com/watch?v=qsgh Q3aALMs
		«Як створити Різдвяну зірку власноруч?»	https://www.youtube.com/watch?v=a7G0 XY7mLcI
ІНФОРМАЦІЙНА ПРОГРАМА	«Інформаційна програма – особливий багатокомпонентний відеотвір, у якому зазвичай представлені різні за жанром аудіовізуальні твори; об’єднані за часовим події	«НОВИНКИ ЗА ХВИЛИНКУ»	https://www.youtube.com/watch?v=fs07o xQqLls
		«КОМУНІКАБЕЛЬ»	https://www.youtube.com/watch?v=Jy9k VyvZAcw

	певного часового сегменту чи за тематичним принципом. Це структурна єдність блоків, які мають тематичну та монтажну підрядність; поділяються на такі основні частини: політика, економіка, зарубіжне життя, культура, спорт, погода, реклама».		
ДОКУМЕНТАЛЬНИЙ ФІЛЬМ	«Документальний фільм – фільм, в основу якого покладені зйомки реальних подій та осіб; темою найчастіше стають історичні події, культурні та соціальні явища, відомі особистості та товариства».	«ІНШИЙ...ІНШИЙ ГРІНЧЕНКО»	https://www.youtube.com/watch?v=JY4qxiumDAM

АУДІОПРОЄКТИ

Ресстровий термін на позначення формату аудіопроєкту	Дефініція	Назва аудіопроєкту	Покликання на сторінку відеопроєкту в базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця
АУДІОІНТЕРВ'Ю	Інтерв'ю, що записується та передається в аудіоформаті. Це може бути бесіда між двома або	«ЖАРТОМА – СЕРЙОЗНО»	https://radio-bg.kubg.edu.ua/category/%d0%b6%d0%b0%d1%80%d1%82%d0%be%d0%bc%d0%b0-

	більше людьми, яка записується для подальшого прослуховування або трансляції; використовують у радіо, подкастах, новинах або як частину досліджень.		%d1%81%d0%b5%d1%80%d0%b9%d0%be%d0%b7%d0%bd%d0%be/
		Роман Ратушний: Шлях до фотожурналістики та викладання	https://radio-bg.kubg.edu.ua/%d1%80%d0%be%d0%bc%d0%b0%d0%bd-%d1%80%d0%b0%d1%82%d1%83%d1%88%d0%bd%d0%b8%d0%b9-%d1%88%d0%bb%d1%8f%d1%85-%d0%b4%d0%be-%d1%84%d0%be%d1%82%d0%be%d0%b6%d1%83%d1%80%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d1%96%d1%81%d1%82/
		Інтерв'ю з військовими: Титаренко Вітою Володимирівною	https://radio-bg.kubg.edu.ua/%d1%96%d0%bd%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%b2%ca%bc%d1%8e-%d0%b7-%d0%b2%d1%96%d0%b9%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%b8%d0%bc%d0%b8-%d0%bd%d0%b0-radio-bg/
		Інтерв'ю з Опришко Тетяною Сергіївною	https://radio-bg.kubg.edu.ua/%d0%b2%d1%81%d0%b5%d1%83%d0%ba%d1%80%d0%b0%d1%97%d0%bd%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%b8%d0%b9-

			%d0%b4%d0%b5% d0%bd%d1%8c- %d0%b1%d1%96% d0%b1%d0%bb%d1 %96%d0%be%d1% 82%d0%b5%d0%ba /
		Григорій Южда: Життя, кар'єра. Історія українського радіо. Створення Radio BG Університету Грінченка	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0 %b3%d1%80%d0% b8%d0%b3%d0%be %d1%80%d1%96% d0%b9- %d1%8e%d0%b6% d0%b4%d0%b0- %d0%b6%d0%b8% d1%82%d1%82%d1 %8f- %d0%ba%d0%b0% d1%80%d1%94%d1 %80%d0%b0- %d1%96%d1%81% d1%82%d0%be%d1 %80%d1%96%d1% 8f-%d1%83/
		Інтерв'ю з військовим кореспондентом телеканалу “Україна” Олександром Маховим	://radio- bg.kubg.edu.ua/inter vyu-z-oleksandrom- mokhovym/
		Основи композиції. Що варто знати кожному фотографу	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0 %be%d1%81%d0% bd%d0%be%d0%b2 %d0%b8- %d0%ba%d0%be% d0%bc%d0%bf%d0 %be%d0%b7%d0% b8%d1%86%d1%96 %d1%97- %d1%89%d0%be- %d0%b2%d0%b0% d1%80%d1%82%d0 %be-

			%d0%b7%d0%bd% d0%b0%d1%82%d0% b8- %d0%ba%d0%be% d0%b6%d0%bd/
		Благодійний проєкт «Колодій. Масниця. Боротьба на культурному фронті»	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0% b1%d0%bb%d0%b0%d0% b3%d0%be%d0%b4%d1%96% d0%b9%d0%bd%d0% b8%d0%b9- %d0%bf%d1%80%d0% be%d1%94%d0%ba%d1%82- %d0%ba%d0%be% d0%bb%d0%be%d0% b4%d1%96%d0% b9- %d0%bc%d0%b0% d1%81%d0%bd%d0% b8%d1%86%d1% 8f/
		Всесвітній день здоров'я: як не нашкодити та зробити мінімум для покращення свого самопочуття	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0% b2%d1%81%d0%b5%d1%81%d0%b2% d1%96%d1%82% d0%bd%d1%96% d0%b9- %d0%b4%d0%b5% d0%bd%d1%8c- %d0%b7%d0%b4% d0%be%d1%80%d0% be%d0%b2%ca%b c%d1%8f- %d1%8f%d0%ba- %d0%bd%d0%b5- %d0%bd%d0%b0% d1%88%d0%ba%d0% be%d0%b4/
		Інтерв'ю з організаторками «ОМЯ-2023»	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d1% 96%d0%bd%d1%

		Факультету журналістики «Альтернативний всесвіт журналістів»	82%d0%b5%d1%80 %d0%b2%d1%8e- %d0%b7- %d0%ba%d1%83% d1%80%d0%b0%d1 %82%d0%be%d1% 80%d0%b0%d0%bc %d0%b8- %d0%be%d0%bc% d1%8f-2023- %d1%84%d0%b6- %d0%b0%d0%bb% d1%8c%d1%82%d0 %b5%d1%80/
ПОДКАСТИ / АУДІОПРОГРАМИ	«Цифровий медіафайл або низка таких файлів, які розповсюджуються інтернетом для відтворення на портативних медіапрогравачах чи персональних комп'ютерах. За змістом вони можуть нагадувати радіошоу, звукову виставу, включати інтерв'ю, лекції тощо, що належить до усного жанру» (Вікіпедія)	Подкаст «Як це бути волонтером?» із засновниками волонтерської організації «Толока»	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0 %bf%d0%be%d0%b 4%d0%ba%d0%b0 %d1%81%d1%82- %d1%8f%d0%ba- %d1%86%d0%b5- %d0%b1%d1%83% d1%82%d0%b8- %d0%b2%d0%be% d0%bb%d0%be%d0 %bd%d1%82%d0% b5%d1%80%d0%be %d0%bc- %d0%b7- %d0%b7%d0%b0% d1%81%d0%bd/
		Пульс націй	https://radio- bg.kubg.edu.ua/categ ory/%d0%bf%d0%b e%d0%b4%d0%ba %d0%b0%d1%81% d1%82- %d0%bf%d1%83%d 0%bb%d1%8c%d1 %81- %d0%bd%d0%b0% d1%86%d1%96%d0 %b9/

			%d0%bd%d0%b0% d1%80%d0%be%d0 %b4%d0%b6%d0% b5%d0%bd%d0%bd %d1%8f- %d0%b1%d0%be% d1%80%d0%b8%d1 %81%d0%b0- %d0%b3%d1%80% d1%96%d0%bd/
		День пам'яті жертв Голодоморів	https://radio- bg.kubg.edu.ua/%d0 %b4%d0%b5%d0% bd%d1%8c- %d0%bf%d0%b0%d 0%bc%ca%bc%d1% 8f%d1%82%d1%96- %d0%b6%d0%b5% d1%80%d1%82%d0 %b2- %d0%b3%d0%be% d0%bb%d0%be%d0 %b4%d0%be%d0% bc%d0%be%d1%80 %d1%96%d0%b2/
		Думками – в Україні	https://radio- bg.kubg.edu.ua/dum kamy-v-ukrayini/
		Студентське інтернет- видання «САЛО НАПИСАЛО»: від здуму до реалізації	https://radio- bg.kubg.edu.ua/stude ntske-internet- vydannia-salo- napysalo-vid- zadumu-do- realizatsiyi/
		Орвелл та українці	https://radio- bg.kubg.edu.ua/orvel l-ta-ukrayintsi/
		На Radio BG – прем'єра нового подкасту «Історії нескорених»	https://radio- bg.kubg.edu.ua/na- radio-bg-premyera- novogo-podcastu- istopriyi- neskorenykh/

		Потяг порятунку від війни	https://radio-bg.kubg.edu.ua/potiag-poriatunku-vid-viyny/
		Які подкасти слухати під час війни?	https://radio-bg.kubg.edu.ua/yaki-podkasty-slukhaty-pid-chas-viyny/
АУДІОКАЗКИ	«Озвучена й записана на цифровий носій казка».	Казки Анастасії Євтушенко	https://radio-bg.kubg.edu.ua/category/novyny/%d0%ba%d0%b0%d0%b7%d0%ba%d0%b8-%d0%bd%d0%b0%d1%81%d1%8f-%d1%82%d0%b0%d1%81%d1%8f-%e2%9c%a8%f0%9f%93%96/
		«Катерина» Тараса Шевченка заговорила іспанською	https://radio-bg.kubg.edu.ua/%d0%ba%d0%b0%d1%82%d0%b5%d1%80%d0%b8%d0%bd%d0%b0-%d1%82%d0%b0%d1%80%d0%b0%d1%81%d0%b0-%d1%88%d0%b5%d0%b2%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%b0-%d0%b7%d0%b0%d0%b3%d0%be%d0%b2%d0%be%d1%80/
		«Анфіса – золоті коси»	https://sluhay.com.ua/1013262:anf%D1%96sa-zolot%D1%96-kosi
		«Батьківське серце»	https://sluhay.com.ua/1805143:batk%D1%96vske-serce

АУДІОКНИГИ, ПОЕЗІЇ «СЛУХАЙ»	«Озвучена й записана на цифровий носій книга» (Вікіпедія)	М. Коцюбинський «На острові»	https://sluhay.com.ua/7120622:mihajlo-kocyubinskij-na-ostrovi
		У. Самчук «Брат»	https://sluhay.com.ua/5964896:ulas-samchuk-brat
		«Заборонити рашизм»	https://sluhay.com.ua/6545065:zaboroniti-rashizm

ФОТОПРОЄКТИ

Регістрний термін на позначення формату фотопроєкту	Дефініція	Назва фотопроєкту	Покликання на сторінку фотопроєкту в базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця
ТЕМАТИЧНІ ФОТО	«Фото, спрямоване на розкриття певної теми через композицію, світло, обрані об'єкти чи стилістику, що символізують або акцентують увагу на ключових аспектах задуму; передає певний зміст, емоції чи послання, пов'язані з відповідним задумом, і може бути частиною серії знімків або самостійним твором» (Chat GPT)	«Брюсельський Гран-Плас очима українки»	https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/proiekt-yzdobuvachiv-vyshchoi-osvity-jnm/fotoproiekt-y.html#fotoproiekt-briusselskyi-hran-plas-ochyma-ukrainky
		«Світ навколо нас або другий рік війни» Фотовиставка студентів Факультету журналістики	https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/proiekt-yzdobuvachiv-vyshchoi-osvity-jnm/fotoproiekt-y.html#fotovystavka-studentiv-fakultetu-zhurnalistyky-svit-navkolo-nas-abo-druhyy-rik-viyny

		«100 хронік війни або Війна у моєму вікні»	https://fj.kubg.edu.ua/struktura/kafedry/kafedra-zhurnalistyky-ta-novykh-media/proiekty-zdobuvachiv-vyshchoi-osvity-jnm/fotoproiekty.html#100-khronik-viiny-abo-fotovystavka-viina-u-moiemu-vikni
ФОТОДОКУМЕНТИ	«Фотографія, що відображає реальний факт і має історичне, юридичне і т. ін. значення»; «образотворчий документ, створений фотографічним способом»; «аудіовізуальний документ, що містить інформацію, зафіксовану на ньому за допомогою фотографічної техніки; предмети у вигляді окремих фотозображень» (Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ - Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001)		
ФОТОФЛЕШМОБИ	«Форма активності, спрямована на залучення широкої		

	аудиторії, підвищення обізнаності про певну подію/ідею чи привернення уваги до проблеми через фотографію на певну тематику; фотофлешмоби можуть бути частиною соціальних, культурних чи рекламних акцій; організовуються через соціальні мережі, де оголошують тему та час проведення акції, а учасники публікують свої світлини з відповідними хештегами, створюючи віртуальну галерею чи архів подій» (Chat GPT)		
--	---	--	--

ДОДАТОК «Г»

ПЕРЕЛІК ЕЛЕКТРОННИХ СЛОВНИКІВ МЕДІЙНИХ ТЕРМІНІВ
(В. Л. Іващенко)

Назва словника	Покликання на електронну версію словника в базі даних Лексичного мінімуму медіазнавця
Баришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ: Міленіум, 2014. 196 с.	https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/BarishpSlovMaket2014.pdf
Бідзіля Ю.М. Словник журналіста: терміни, мас- медіа, постаті. Ужгород: Закарпаття, 2007. 220 с.	http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0002166
Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г. Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа: Довідник / перекл. з нім. П. Демешко, К. Макеев; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. 529 с.	https://drive.google.com/file/d/1cea2z0OKfjINPzbYGV09
Віртуальна лексикографічна лабораторія «Мультимедійний словник з інфомедійної грамотності». Київ: Український мовно- інформаційний фонд НАН України, 2010–2022.	https://lcorp.ulif.org.ua/InfoMediaVLL/
Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури. Словник основних термінів та понять: навч. посіб. Черкаси: Брама – Україна, 2010. С.122 –130.	http://eprints.cdu.edu.ua/240/1/Завгородня_Л._В._Основи_літературного_редагування.pdf
Закон України «Про медіа» № 2849-IX [Редакція від 11.02.2024]: Загальні положення.	https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2849-20#Text

Визначення термінів.	
Киричок П. О., Величко О. М., Гавенко С. Ф. та ін. Український тлумачний словник видавничополіграфічної справи / за заг. ред. П. О. Киричка. Київ: НТУУ «КПІ», 2010. 896 с.	https://content.freelancehunt.com/snippet/106c5/07528/204174/%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8F.pdf
Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно- бібліотечна діяльність): навч. вид. / за заг. ред. В. О. Жадька. Київ: ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. 304 с.	http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/26965
Козачок Я., Васильченко В., Мерзлюк Ю., Костюк І., Кравченко С. Словник медійних перифразів ХХІ століття. Київ: НАУ, 2014. 152 с.	https://shron1.chtyvo.org.ua/Kozachok_Yaroslav/Slovnyk_me diinykh_peryfraziv_KhKhI_stolitt ia.pdf?PHPSESSID=9ui8cfhevubu41o7r3fck67ou1
Крижанівська Л. В., Циктор О. І. Короткий словник-довідник медіа термінів. Криве Озеро: РМНЦ відділу освіти Кривоозерської райдержадміністрації. 2017. 28 с.	https://naurok.com.ua/korotkiy-slovnik-dovidnik-media-terminiv-11828.html
Куляс П. П. Типологія помилок. 150 опорних термінів дисципліни. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. 449 с.	https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/26058/Kulias_Typolohiia.pdf;jsessionid=617EC6DEAD862343E2363D0EDC00A66B?sequence=1
Лексичний мінімум медіазнавця. 2020–2024.	https://vyaskevych.github.io/LexicalMinimumMediaStudies/
Медіадрайвер. Словник.	http://mediadriver.online/dictionary/
Новітні Медіа та комунікаційні технології:	https://drive.google.com/file/d/1Ay0uigNeUeltEixaXVmF58aerHieD_px/view?usp=sharing

комплекс навчальних програм для спеціальностей «журналістика», «видавнича справа та редагування», «реклама та зв'язки з громадськістю»: Термінологічний словник / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ: Паливода А. В., 2012. 412 с.	
Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика. Термінологія: навч. посіб. Львів: ПАЮ, 2010. С. 169–178.	https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/188136/mod_assign/introattachment/0/Потятиника%20посібник.pdf
Рекламний словник. Артпайт: виробництво зовнішньої реклами.	https://art-light.com.ua/articles/reklamniy-slovník
Словник із медіаграмотності. 2022.	https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/slovník.pdf
Словник. Media IQ – твій медійний інтелект. 2017.	http://media-iq.tilda.ws/glossary
Ткаченко В. П., Чеботарьова І. Б., Киричок П.О., Григорова З. В. Енциклопедія видавничої справи: навч. посібник. Харків: ХНУРЕ, 2008. 320 с.	https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/209d2858-7dac-4716-8220-042347259f1d/content
Шевченко В. Е. Англо-український тлумачний словник редакційно-видавничої комп'ютерної термінології. Київ: Либідь, 2006. 320 с.	https://www.academia.edu/19985759/Шевченко_В_Е_Англо_український_тлумачний_словник_редакційно_видавничої_комп_ютерної_термінології_К_Либідь_2006_320_с
Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. 380 с.	https://drive.google.com/file/d/1BIP93bacLNzXFdMzovfzJdlpafnVlr2m/view?usp=sharing
Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник	https://drive.google.com/file/d/1A9hvDVHM2SN4nlhv-_8rbzTxvomhXRye/view

термінів і понять / за ред. Л.І. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.	
Шпак В. І. Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора: навч. посібн. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с.	https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/32840/1/V_SHPAK_TS_VBKR_IZH.pdf
Шпак В.І. Словник сучасних поліграфічних термінів: книга редактора. Київ: ДП «Експрес-об'ява», 2019. 136 с.	https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/29248/1/V_SHPAK_SS_PTKR_19_IZH.pdf
Ярема С. М. Тлумачний словник термінів видавничої справи та поліграфічної галузі. Технічне редагування: навч. посіб. Київ: Ун-т «Україна», 2003. 284 с.	https://studfile.net/preview/6329488/page:43/
Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2011. 1 Ed.	https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199568758.001.0001/acref-9780199568758
Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2016. 2 Ed.	https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780191800986.001.0001/acref-9780191800986
Chandler D., Munday R. A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2020. 3 Ed.	https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780198841838.001.0001/acref-9780198841838
Diccionari de telecomunicacions. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2017.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/235
Dictionary of Social Media Terms. Hootsuite.	https://blog.hootsuite.com/social-media-definitions/
Gestos tàctils en dispositius mòbils. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona:	https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/gestos-tactils-dispositius-mobils

TERMCAT, Centre de Terminologia, 2014.	
Glossary of Media Literacy Terms / Ed. by N. Goshylyk, V. Goshylyk, I. Malyshevskaya, T. Marchuk, D. Sabadash, U. Tykha. Ivano-Frankivsk, 2021. 72 p.	https://kaf.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/89/2021/03/Glossary-of-Media-Literacy-Terms.pdf
KM Media Dictionary. 2016.	https://apkcombo.com/km-media-dictionary/com.kmmedia.dictionary/
La telefonia al dia. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2013.	https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/la-telefonía-al-día
Lahlali El M. Arabic Media Dictionary. London: Routledge, 2018. Ed. 1. 432 p.	https://books.google.com.ua/books?id=3NmMDwAAQBAJ&pg=PR7&lpg=PR7&dq=media+dictionary&source=bl&ots=X5Xd8GnDR4&sig=ACfU3U1jRi_jJIRvRGKdGZm2Oqw5tZppRw&hl=uk&sa=X&ved=2ahUKEwil8ZC734WGAxUX_bsIHfTiA2o4ChDoAXoECAIQAw#v=onepage&q=media%20dictionary&f=false
Media Dictionary/1. Mediassociates.	https://www.mediassociates.com/media-dictionary/
Media Dictionary/2. Media Education Lab.	https://mediaeducationlab.com/events/introducing-media-dictionary
Słownik terminologii medialnej / Red. W. Pisarek. Kraków, 2006. 251 c.	https://drive.google.com/file/d/12MITXO2kRU9d-aV2WOBBy-PO6VYx76dFf/view
Social Media Dictionary.	https://nl.pinterest.com/thesocialpieces/social-media-dictionary/
Societat de l'informació. Novèlles tecnologies e Internet. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2003.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/38
Termes de videojocs: com els diem en català. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2019.	https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/termes-videojocs-com-els-diem-catala
Termes del disseny web. TERMCAT, Centre de	https://www.termcat.cat/ca/recursos/productes-multimedia/termes-

Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2020.	del-disseny-web
Terminologia bàsica dels dispositius mòbils. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2020.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/171
Terminologia de la visualització de dades. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2018.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/254
Terminologia de les plataformes de vídeo a la carta. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2023.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/314
Terminologia i fraseologia dels productes informàtics. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2019.	https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/123

ДОДАТОК «Д»

**ПЕРЕЛІК НАГОРОД / ПОДЯК, НАГОРОДЖЕНИХ ЗА МЕДІАПРОЄКТИ /
МЕДІАПРОДУКТИ ТА НАУКОВІ РОБОТИ МЕДІЙНОЇ ТЕМАТИКИ**
(В. Л. Іващенко)

Назва конкурсу	Переможці, назва проєкту / номінація	Нагорода(посилання)
V Всеукраїнський конкурс журналістської творчості для старшокласників «Нові в медіа» (2020)	Номінація «Журналістський текст»: - 1 місце – Ю. Кустова «Сестра, що не здається»; - 2 місце – В. Пахомова «Жіноче щастя», Є. Гоц «Волонтерство – не робота»; - 3 місце – А. Чернова «Театр - це моє життя», В.Онопрієнко «НУШ». Переможці за версією студентського журі: - А. Романюк «Зірки-провидиці чи природа-фізик?»; - К. Лукіянець «Негласні поліцейські нашого двору»; - В. Пукас «І буде світ новим»; Номінація «Журналістський відеотвір»: - 1 місце – А. Петренко «Життя – це дорога»; - 2 місце – Ю. Паламарчук «Жива»; - 3 місце – Р. Заїкін «До пива можна, до солодощів – ні». Переможці за версією студентського журі: - С. Калініченко «Чи поновить роботу скейтпарк»; - Є. Чемезов та Д. Колесніков «Як ефективно	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/1436-novi-tvory-vid-novykh-v-media.html

	робити вигляд, що ти працюєш?»; - А. Гасинець «Вектор розвитку Бахмутської громади». Найкращий подісвий репортаж – К. Каравацька «Випускник-2019». Найкращий монтаж – Д. Рева. Оригінальне представлення матеріалу – Д. Литвиненко за створений журнал.	
II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт (23.04.2020)	Спеціальність «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: - Дипломом I ступеня – О. Кравчук «Сучасні медіа-практики в роботі бібліотек для дітей та юнацтва».	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/1446-vitaiemo-peremozhnyts-ii-turu-vseukrainskoho-konkursu-studentskykh-naukovykh-robit.html
II етап II туру Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт (14.04.2021)	Спеціальність «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: - II місце – М. Зуєва «Розширення медіапростору університетських бібліотек в період пандемії Covid-19».	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/1867-vitaiemo-zuievu-myroslavu-oleksandrivnu.html
II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт (07.04.2021)	Галузь знань «Журналістика»: - Диплом III ступеня – М. Соколовська «Відеоскрайбінг як інноваційний інструмент промоції освітньої установи».	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/1855-vitaiemo-sokolovsku-marharytu-olehivnu-z-peremohoiu.html
Творчий конкурс «Grinch SlideFight» (09.12.2021)	- I місце – К. Бучма; - II місце – Д. Рижова; - III місце – В. Вовк.	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/2034-z-nahody-vidznachennia-dnia-narodzhennia-borysa-dmytrovycha-hrinenka-vidbuvsia-tvorchyi-konkurs-grinch-

		slidefight.html
Премія Київського міського голови за особливості досягнення молоді у розбудові столиці України – міста-героя Києва (12.08.2023)	Лауреат премії Київського міського голови за особливості досягнення молоді у розбудові столиці України – міста-героя Києва у номінації «внесок у розвиток молодіжного руху» – Д. Скирта «Волонтером може стати кожен», «інше життя війна».	
Відкритий патріотичний фестиваль-конкурс «Народ герой героїв проявляє» (2022)	Номінація «Журналістика», категорія «Професіонали»: - Дипломом 2 ступеня – Д. Скирта та В. Нестеров – мультимедійний проєкт «ІНШЕ ЖИТТЯ ВІЙНА»	
II Відкритий патріотичний фестиваль-конкурс «Народ-герой героїв проявляє» (2022)	Номінація «Журналістика», категорія «Аматори»: - Диплом II ступеня – Д. Скирта та В. Нестеров – серія інтерв'ю «Волонтером може стати кожен».	

Науковий онлайн-квест від НТ ІЖ «ІЖмедіа у пошуках сенсу» (2021)	Переможці: - Д. Федченко. Подяки: - Д. Сकिрта та В. Заїка.	
I тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт (2021–2022)	Переможці: - Дипломи – Ю. Топчій, Д. Скирта, О. Шевчук	

		 
II творчий конкурс «Grinch SlideFight 2022» (10.12.2022)	Переможці: - I місце – Д. Рижова; - II місце – М. Папіш; - III місце – М. Близнюк та К. Бучма.	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/2312-z-nahody-vidznachennia-dnia-narodzhennia-borysa-hrinchenka-vidbuvsia-ii-tvorchyi-konkurs-grinch-slidefight-2022.html
XI Міжнародний фестиваль соціальної реклами «Інший погляд» (19.04.2024)	Номінація «Зовнішня реклама»: - Д. Рижова «Бити не можна любити»; Номінація «Відеореклама»: - К. Кузьменко та В. Заїка «Російський контент вбиває».	https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/3094-hrinchenkivtsi-zdobuly-2-peremohy-v-khi-mizhnarodnomu-festyvali-sotsialnoi-reklamy-inshyi-pohliad.html

XXII Міжнародний медіафестиваль-конкурс «ПресВесна на Дніпрових схилах» (20.05. 2024)	Номінація «Літературна творчість/проза»: - спеціальна премія – В. Лініченко – оповідання «Так я бачу світ».	 https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/3167-vitaiemo-vladu-linichenko-zi-spetsvznakoiu-na-khkhii-mizhnarodnomu-mediafestyvali-konkursi-presvesna-na-dniprovykh-skhyllakh.html
Третій Відкритий патріотичний фестиваль-конкурс «Народ-герой героїв появляє» (28.06.2024)	Номінація «Фотомистецтво», категорія «Аматори»: - Диплом II ступеня – А. Сергієнко – серія фото; - Диплом III ступеня – К. Лимарь.	 https://fj.kubg.edu.ua/pro-fakultet/news/podiji/3187-vitaiemo-peremozhtsiv-tretho-vidkrytoho-patriotchno-festyvaliu-konkursu-

		narod-heroiv-heroiv-poiavliaie.html#seriia-foto-nezlamni-sertsia-serhiienko-a
Всеукраїнська науково-практична онлайн-конференція «Дослідження молодих учених: від ідеї до реалізації». Конкурс наукових проєктів (17–18.05.024)	Напрямок «Наука та освіта: утвердження академічної доброчесності та наукової етики»: - I місце – проєкт «Інформаційна кампанія “Твоя медіабезпека”» (автори – Д. Харамурза, В. Кошман, В. Нестеров. Напрямок «Наука та культура: збереження і популяризація історико-культурної спадщини»: - II місце – проєкт «Серія подкастів про українських письменників XX століття» (автори – А. Казьміна, К. Фургалець).	https://kubg.edu.ua/informatsiya/naukovtsyam/naukove-tovarystvo-studentiv-aspirantiv-doktorantiv-i-molodykh-vchenykh/podii/8927-festyval-nauky-2024-vseukrainska-naukovo-praktychna-onlain-konferentsiia-doslidzhennia-molodykh-vchenykh-vid-idei-do-realizatsii.html
Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт (2019, 2020) –	Спеціальність «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: - I місце – А. Боярин «Медіасередовище сучасної бібліотеки: взаємодія з новими медіа та традиційними ЗМІ».	
Всеукраїнський конкурс фото та відеоробіт «Library in me eyse. Go to read!» (2019–2021)	Номінація «Краща відеоробота»: 10 студентів-переможців); Номінація «Краща фоторобота»: 12 пстудентів-ереможців.	
I Міжнародний конкурс медіакommуніка-	- III місце у Л. Овод та О. Кравчук	

ційних проєктів «То_ми»		
Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 94088 від 19.11.2019 р.	Опис проєкту «Всеукраїнський конкурс фото та відео робіт «Library in my eyes. Go to read!» (конкурс «Lime. Go to read!») – Т.І. Поліщук, О.В. Воскобойнікова-Гузєва.	