

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Філологічний факультет

Кафедра журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

 **/Бунчук Б. І./**

« 12 » *серпня* 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Газетно-журнальне виробництво»
вибіркова

Освітньо-професійна програма «Журналістика та кросмедійність»

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Філологічний факультет

Мова навчання українська

Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни „Газетно-журнальне виробництво ” складена відповідно до освітньо-професійної програми „Журналістика та кросмедійність” (спец. 061 „Журналістика”), затвердженої Вченою радою Чернівецького університету (протокол № 8 від 6 травня 2024 року).

Розробники: асист. Стефанець В. Б., асист., к.н.с.к. Мельничук Ю.Г.

Викладачі: асист. Стефанець В. Б., асист., к.н.с.к. Мельничук Ю.Г.

Погоджено з гарантом ОП й затверджено на засіданні кафедри журналістики протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Завідувач кафедри



Василик Л. Є.

Схвалено методичною радою філологічного факультету протокол № 1 від 12 серпня 2024 року

Голова методичної ради
філологічного факультету



Антофійчук А. М.

©Стефанець В. Б.,
Мельничук Ю. Г.,
2024 рік

Мета та завдання навчальної дисципліни: Курс „Газетно-журнальне виробництво” покликаний дати загальне уявлення про як про концепцію друкованого видання загалом, так і про композиційні особливості друкованих матеріалів, процеси збору та обробки інформації, підбір відповідних джерел, розробку журналістської теми.

Мета навчальної дисципліни – знати практичні навички формування та організації роботи видання, управління його справами, використання колективного та особистісного потенціалу в досягненні результатів медіа. Знати, як правильно добирати джерела інформації до теми, опанувати види заголовків та особливості їх заголовкового комплексу, знати види лідів та оперувати ними всіма в процесі підготовки журналістського матеріалу.

Пререквізити:

ПП01. Масова комунікація та інформація

ПП02. Основи журналістики

ПП04. Правові засади медіадіяльності

ЗП04. Загальне редагування

Результати навчання.

Навчальна дисципліна «Газетно-журнальне виробництво» спрямована на забезпечення та засвоєння таких *загальних і спеціальних компетентностей*:

Загальні:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

У результаті засвоєння змісту навчальної дисципліни студент має набути таких *програмних результатів навчання*:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Опис навчальної дисципліни

Загальна інформація про розподіл годин

Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість		Кількість годин						Вид підсумково го контролю
			кредитів	годин	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота	індивідуальні завдання	
Денна	1	2	4	120	30	-	30	-	56	4	залік
Заочна	1	2	4	120	6	-	6	-	104	4	залік

Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. КОНЦЕПЦІЯ ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ												
Тема 1.1. Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції.	8	2	2			4	9	1	1			7
Тема 1.2. ЗМІ як різновид бізнесу. Джерела доходів українських ЗМІ.	8	2	2			4	8				1	7
Тема 1.3. Фінансова концепція друкованих ЗМІ.	9	2	2		1	4	10	1	1			8

Тема 1.4. Поліграфічна концепція друкованого видання.	8	2	2			4	9		1			8
Тема 1.5. Змістовна концепція.	8	2	2			4	8	1				7
Тема 1.6. Кадрова концепція друкованого видання.	11	3	3		1	4	9				1	8
Тема 1.7. Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту газети та зростання її продажу і тиражу. Перспективи розвитку друкованих видань.	8	2	2			4	7					7
Разом за змістовим модулем 1	60	15	15		2	28	60	3	3		2	52
Змістовий модуль 2. СТРУКТУРА ЖУРНАЛІСТСЬКОГО МАТЕРІАЛУ												
Тема 2.1. Загальна характеристи- ка стану друкованих медій в Україні		2	2		2	4			2		2	8
Тема 2.2. Заголовковий комплекс як складова друкованих періодичних видань		4	4			6		1				8
Тема 2.3.		2	2			6		1				8

Лід та його у види в журналістських матеріалах												
Тема 2.4. Посилання та цитати й їх використання в журналістських текстах		2	2			4						8
Тема 2.5. Цифри та дані в журналістських матеріалах		2	2			4						8
Тема 2.6. Розробка теми		2	4			4		2				12
Разом за змістовим модулем 2	60	14	16		2	28	60	2	4		2	52
Усього годин	120	30	30		4	56	120	6	6		4	104

Тематика лекційних занять з переліком питань

№ теми	Назва теми
1.1	Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції. <i>ПЛАН</i> Що таке концепція? Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції.
1.2	ЗМІ як різновид бізнесу. Джерела доходів українських ЗМІ. <i>ПЛАН</i> Джерела доходів українських ЗМІ. Передплата. Продаж тиражу у роздріб. Реклама. Спонсорська допомога.

1.3	<p>Фінансова концепція друкованих ЗМІ. <i>ПЛАН</i></p> <p>Передплата - джерело фінансові стабільності друкованих видань Як повернути передплату на перше місце? Зарубіжний досвід передплати на газети і журнали. Передплата в Європі. Функції зарубіжних передплатних агентств.</p>
	<p>Передплата в США. Дві моделі доставки передплатних видань в Європі.</p>
1.4	<p>Поліграфічна концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Поняття поліграфічна концепція. Етапи оформлення друкованого видання. Художньо-графічна концепція за версією Т. С. Крайнікової. Що таке композиційно-просторові особливості друкованого видання ?</p>
1.5	<p>Змістовна концепція. <i>ПЛАН</i></p> <p>Змістова концепція - різновид загальноредакційної концепції друкованого періодичного видання. Складові змістовної концепції. Як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.</p>
1.6	<p>Кадрова концепція друкованого видання. <i>ПЛАН</i></p> <p>Система підбору і призначення кадрів. Підбір кандидатів на посаду. Введення в редакційний колектив. Випробувальний термін. Атестація. Ротація. Стимул. Величина, склад, структура редакційного колективу.</p>
1.7	<p>Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту газети та зростання її продажу і тиражу. Перспективи розвитку друкованих видань. <i>ПЛАН</i></p> <p>Для чого потрібно вивчати запити читачів? Хто проводить дослідження читачької аудиторії? Кількісні і якісні дослідження. Етапи проведення дослідження. Мета опитування. Фокус-групи. Що таке «вибірка»? Перспективи розвитку друкованих видань.</p>
2.1	<p>Загальна характеристика стану друкованих медій в Україні <i>ПЛАН</i></p> <p>Світові тенденції в розвитку друкованих медій. Українські друковані медіа в умовах кризи: становище газет та журналів. Онлайн-медіа як перспективний напрям переорієнтації друкованих видань.</p>

2.2	Заголовковий комплекс як складова друкованих періодичних видань <i>ПЛАН</i> Поняття «заголовкового комплексу». Функції заголовків. Види заголовків (за змістом та за оформленням). Маніпулятивні та клікбейтні заголовки. Заголовки та використання ШІ.
2.3	Лід та його у види в журналістських матеріалах <i>ПЛАН</i> Лід та вимоги до нього. Призначення ліду. Види лідів.
2.4	Посилання та цитати й їх використання в журналістських текстах <i>ПЛАН</i> Важливість цитат та посилань у журналістських матеріалах. Правила цитування. Джерела інформації та використання посилань в текстах медій. Експерти та дані соціопитувань як інструмент маніпуляцій в медіа.
2.5	Цифри та дані в журналістських матеріалах <i>ПЛАН</i> Якими цифрами найчастіше оперують медійники. Статистична інформація, результати соціопитувань та середні арифметичні показники: що з ними не так і як правильно їх використовувати. Цифри та дані в інфографіці.
2.6	Розробка теми <i>ПЛАН</i> Розробка журналістської теми: жанрово-тематичні особливості роботи з темою. Планування та визначення головної ідеї матеріалу. Структура розробки теми.

Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань

№	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Поняття концепції друкованого видання. Різновиди загальноредакційної концепції. <i>Вид роботи: усні відповіді, дискусія про різновиди концепції, погляди дослідників та власна думка про те, що таке концепція друкованого медіа.</i>	2
2	Тема 2. ЗМІ як різновид бізнесу. Джерела доходів українських ЗМІ. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, усні відповіді, дискусія.</i> 1. Чому «четверта влада» так не стала самодостатньою? 2. Хто першим в Україні дав старт фінансового контролю над медіа? 3. Українські і зарубіжні медіамагнати. 4. Чи існують в Україні медійні фінансово-промислові групи? 5. Чому банкрутують друковані видання?	2

3	<p>Тема 3. Фінансова концепція друкованих ЗМІ. <i>Вид роботи: доповіді, усні відповіді.</i></p> <p>1. Чому періодичні друковані видання втрачають тиражі? 2. Чим відрізняється передплата в Україні від передплати в Європі і США? 3. Чи можна застосувати зарубіжний досвід передплати на газети і журнали в Україні?</p>	2
4	<p>Тема 4. Поліграфічна концепція друкованого видання. <i>Вид роботи: робота в групах, презентації, усні відповіді.</i></p> <p>1. Презентація і обґрунтування власної верстки тематичної шпальти. Аналіз процесів оформлення друкованого медіа. 2. Основа формування зовнішнього (візуального) образу видання. 3. Художньо-графічна концепція за версією Т. С. Крайнікової.</p>	2
5	<p>Тема 5. Змістовна концепція. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах.</i></p> <p>1. Дві основні складові змістовної (на основі аналізу газети «Молодий буковинець») 2. Принцип розміщення великих аналітичних матеріалів на газетній сторінці (на основі аналізу газети «Погляд»).</p>	2
6	<p>Тема 6. Кадрова концепція друкованого видання. <i>Вид роботи: робота в групах, ділова гра «Редактор друкованого медіа підбирає кадри в редакцію».</i></p>	3
7	<p>Тема 7. Дослідження аудиторії – інструмент коригування змісту газети та зростання її продажу і тиражу. Перспективи розвитку друкованих видань. <i>Вид роботи: усні відповіді, робота в групах.</i></p> <p>1. Проведення «фокус-групи» опитування. 2. Визначення «вибірки» опитування. 3. Складання анкети опитування.</p>	2
8	<p>Тема 8. Загальна характеристика стану друкованих медій в Україні. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах, презентації.</i></p> <p>1. Презентація про обране медіа з урахуванням критеріїв: теми та рубрики в структурі видання, аудиторія, на яку воно розраховане, що конкретно вам сподобалось/не сподобалось в подачі матеріалів, оформленні, розташуванні тексту. 2. Аналіз редакційної політики видання.</p>	2
9	<p>Тема 9. Заголовковий комплекс як складова друкованих періодичних видань. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах, практичні завдання.</i></p>	4

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення видів заголовків на прикладах матеріалів медій. 2. Робота з маніпулятивними заголовками та підбір коректних. 3. Аналіз заголовків відповідно до їх видів. Доцільність використання заголовків у матеріалах певних жанрів. 	
10	<p>Тема 10. Лід та його у види в журналістських матеріалах. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах, практичні завдання, робота з Padlet.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення видів ліду на прикладах матеріалів медій. 2. Доцільність/недоцільність окремих видів ліду в різних жанрах. 3. Робота в групах: написання ліду до матеріалів різних жанрів. Обґрунтування обраного виду та доцільності. 	2
11	<p>Тема 11. Посилання та цитати й їх використання в журналістських текстах. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах, практичні завдання.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пошук експертів для матеріалу. Робота з базами для журналістів. База «Спитай експертку». 2. База псевдосоціологів. 3. Робота з матеріалами медій. Визначення порушень при зазначенні джерела інформації. 4. Порушення при цитуванні. Перекручування цитат як головна помилка в журналістських текстах. 	2
12	<p>Тема 12. Цифри та дані в журналістських матеріалах. <i>Вид роботи: аналіз матеріалів медій, робота в групах, практичні завдання.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Використання цифрових даних з різних джерел інформації. 2. Робота з інфографікою. 3. Робота з цифровими показниками держбюджету Чернівців: як трактувати цифри. 	2
13	<p>Тема 13. Розробка теми. <i>Вид роботи: робота в групах, написання розробки журналістської теми (жанр – кореспонденція).</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основна ідея теми (назва, теза, гасло, анонс). 2. Актуальність і мотивація (інформаційний привід). 3. Об'єкт та учасники дослідження теми. 4. Інформаційна база (преса, інтернет, ТБ, власні спостереження). 5. Ключові аспекти дослідження теми (правовий, соціальний, історичний, культурологічний, етнографічний тощо). 	4

6. Перелік запитань для інтерв'ю (щонайменше п'ять запитань).
7. Підсумок (резюме, що впливає з усього інформаційного масиву).

Завдання для самостійної роботи студентів

№	Назва теми	Кількість годин
1	На основі аналізу довільно вибраного друкованого медіа розповісти про складові його загальноредакційної концепції.	4
2	Підготувати презентацію про джерела доходів друкованого медіа.	4
3	На підставі передплатних цін друкованих медіа вашого регіону (2-3 газети) обґрунтуйте важливість передплати як основного джерела наповнення редакційного бюджету.	4
4	Перегляньте дві газети вашого регіону і визначте їх композиційно-просторові особливості.	4
5	На прикладі місцевого друкованого видання вашого регіону проаналізуйте складові його змістовної концепції.	4
6	Проаналізуйте як змінилася кадрова концепція друкованого видання місцевого друкованого видання вашого регіону після завершення процесу його роздержавлення.	4
7	Визначте редакційну проблему та підготуйте анкету кількісного дослідження аудиторії читачів друкованого медіа.	4
8	Проаналізуйте тенденції в ринку друкованих медій, визначте лідерів та аутсайдерів галузі на всеукраїнському та регіональних ринках.	4
9	Визначте переваги й недоліки формування заголовкових комплексів за допомогою ШІ.	6
10	На прикладі друкованих видань узагальніть, які види лідів є найбільш популярними у різних видах медій.	6
11	Сформууйте перелік експертів для обраної теми, використовуючи ресурси з навчального матеріалу.	4
12	Проаналізуйте різні варіанти подачі цифрової інформації в журналістських матеріалах, обґрунтуйте їх доцільність у публікаціях різних жанрів.	4
13	Запропонуйте перелік тем для розробки, враховуючи інформаційні приводи.	4

Індивідуальні завдання та ІНДЗ

№	Назва теми	Кількість годин
1	Проаналізуйте як особливості кадрової концепції друкованого медіа вашого регіону впливають на формування структури його редакції.	1
2	Визначте як змістовна концепція друкованого медіа вашого регіону взаємопов'язана з його передплатою.	1
3	Підготуйте презентацію на тему: «Світові тенденції в розвитку ринку друкованих медій»	2

** Індивідуальні завдання плануються, якщо передбачені навчальним планом, або за рішенням викладача*

** ІНДЗ – для змістового модуля, або в цілому для навчальної дисципліни визначається викладачем, з урахуванням специфіки дисципліни.*

Методи навчання

У роботі використовуємо словесні, наочні та практичні методи навчання, зокрема: лекцію, пояснення, розповідь, бесіду, спостереження, ілюстрацію, демонстрацію, практичні вправи.

За характером пізнавальної діяльності здобувача освіти застосовуємо інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемний, евристичний, дослідний методи.

Система контролю та оцінювання

Система контролю та оцінювання проводиться в формі поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. У процесі вивчення дисципліни використовуємо такі методи поточного контролю: *контрольні роботи; групова робота, тести; презентації, аналіз медіайкейсів, метод мозкового штурму, моніторинг медій, робота в групах з платформами Padlet та Mentimeter, використання платформи Moodle, можливість неформальної освіти, написання матеріалу аналітичного жанру на обрану тему.*

Формами поточного контролю є індивідуальна та фронтальна перевірка, форма підсумкового контролю – екзамен.

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти, у системі формальної освіти) ЧНУ» (https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW_JjybxDr-syswxxHuGOn/view) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до 25% балів, отриманих за результатами неформальної та / або інформальної освіти з проблем, що відповідають тематиці курсу.

Розподіл балів

ЗМ 1 (30 балів)							ЗМ 2 (30 балів)						Підсумковий контроль (іспит)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13		
3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	10	40	100

Критерії оцінювання підсумкового оцінювання

Оцінка А (90 – 100 балів) або „відмінно” виставляється за відповідь, яка містить вичерпне за сумою поданих знань розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів, а також містить приклади з художніх текстів, які дозволяють судити про повноту уявлень студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатою мовою, відзначатися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

Оцінка В (80 – 89 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює ілюстраціями з художніх текстів. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів.

Оцінка С (70 – 79 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить недостатньо вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення запитань, що містяться в білеті, відсутня аргументація головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а наведені приклади з текстів не відповідають теоретичним моментам даного курсу. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Крім того, таким балом може бути оцінений студент, який протягом семестру не виявляв відповідних знань з даного курсу, але на іспиті успішно відповів на поставлені теоретичні та практичні завдання.

Оцінка D (60 – 69 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, поверхово аргументує положення відповіді, у викладі допускає композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, не ілюструє теоретичні положення прикладами з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання.

Оцінка E (50 – 59 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань або за незнання окремого питання із загальної кількості поставлених. У викладі

студента допущені композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу. Студент не може відтворити основні теоретичні положення, але наводить окремі приклади з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання, немає розуміння окремих літературознавчих термінів.

Оцінка FX (35 – 49 балів) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом на протязі навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але його відповідь на іспиті містить неправильне висвітлення заданих питань, помилкову аргументацію, допускаються помилкові умовиводи, неправильне посилення на факти та їхнє витлумачення, мова близька до суржику, він також може бути оцінений незадовільно.

Оцінка F (1 – 34 бали) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом протягом навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але відповісти на поставлені запитання на іспиті він не може або відповідає неправильно, а також не може дати відповідь на жодне із поставлених додаткових запитань, така відповідь оцінюється незадовільно.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

100-бальна шкала	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення за розширеною шкалою
90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо
35-49	Незадовільно	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34		F	незадовільно з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

Перелік питань для самоконтролю навчальних досягнень студентів

1. Як ринок реклами, на вашу думку, впливає на редакційну незалежність друкованих медій?
2. Яким чином взаємопов'язані фінансова і змістова підконцепції загальноредакційної концепції?
3. Яка роль опитувань читацької аудиторії у надходженнях від передплати?
4. Сформулюйте універсальні складові змістовної концепції будь-якого друкованого видання.

5. Яким чином змістовна концепція друкованого медіа сприяє освіченості людей?
6. Чому змістовна концепція є однією з головних вимог до творення друкованого видання?
7. Яке ваше бачення майбутнього друкованих медіа? Обґрунтуйте свою думку.
8. Які опитування читацької аудиторії друкованих медіа ефективніші – кількісні чи якісні?
9. Що слід зробити, аби кадрова концепція друкованого видання була ефективною?
10. Яким чином взаємопов'язані між собою поліграфічна і змістовна концепції друкованого медіа?
11. Що таке новина? Які критерії визначають важливість новини для газетної публікації?
12. Як визначаються жанри газетної журналістики? Назвіть основні жанри та опишіть їх характерні риси.
13. Що таке заголовок у газеті? Як правильно формулювати заголовки для різних типів?
14. Що таке верстка газети? Які принципи візуального оформлення застосовуються в газетному виробництві?
15. Які типи реклами можуть бути розміщені в газеті? Як реклама впливає на фінансову діяльність видання?
16. Які інструменти використовуються для коректури газетних матеріалів?
17. Як газета працює з джерелами інформації? Які етичні норми слід враховувати при підготовці матеріалів?
18. Які технології використовуються для друку газет?
19. Як сучасні технології (цифрові медіа, інтернет) впливають на процес газетного виробництва?
20. Які існують типи газет (наприклад, суспільно-політичні, комерційні, розважальні)? Чим вони відрізняються за стилем і контентом?
21. Як здійснюється взаємодія між журналістами, редакторами та видавцями?
22. Які етапи проходить газетний матеріал від авторського тексту до публікації?

Перелік питань для підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Схарактеризувати для чого потрібно вивчати запити читачів.
2. Проаналізувати передплату в Європі.
3. Характеризувати державне фінансування друкованих видань.
4. Проаналізувати композиційно-просторові особливості друкованого видання.
5. Визначити хто проводить дослідження читацької аудиторії.
6. Схарактеризувати поліграфічну концепцію.

7. Схарактеризувати випробовувальний термін.
8. Схарактеризувати категорію «опитування».
9. Визначити сильні сторони друкованих мас-медіа.
10. Проаналізувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
11. Проаналізувати складові змістовної концепції.
12. Проаналізувати українських та зарубіжних медіамагнатів.
13. Схарактеризувати функції зарубіжних передплатних агентств.
14. Визначити мету опитування читачів.
15. Проаналізувати передплату в США.
16. Схарактеризувати категорію «вибірка»?
17. Проаналізувати передплату в Європі.
18. Проаналізувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.
19. Схарактеризувати змістовну концепцію як різновид загальноредакційної концепції друкованого періодичного видання.
20. Схарактеризувати фокус-групи.
21. Схарактеризувати введення в редакційний колектив.
22. Схарактеризувати систему підбору і призначення кадрів.
23. Проаналізувати перспективи розвитку періодичних видань.
24. Проаналізувати друковані медіа як різновид бізнесу.
25. Схарактеризувати складові змістовної концепції друкованого періодичного видання.
26. Схарактеризувати передплату і продаж тиражу в роздріб.
27. Схарактеризувати дослідження аудиторії як інструмент коригування змісту газети та зростання її продажу і тиражу.
28. Визначити як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.
29. Проаналізувати зарубіжний досвід передплати на газети і журнали.
30. Схарактеризувати випробовувальний термін.
31. Проаналізувати складові змістовної концепції.
32. Схарактеризувати поліграфічну концепцію.
33. Проаналізувати величину, склад і структуру редакційного колективу.
34. Схарактеризувати рекламу як джерело доходів друкованих медіа.
35. Схарактеризувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
36. Схарактеризувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.
37. Схарактеризувати концепцію друкованого видання.
38. Схарактеризувати передплату як джерело фінансової стабільності друкованих видань.
39. Схарактеризувати атестацію у системі підбору і призначення кадрів.
40. Визначити складові змістовної концепції.
41. Проаналізувати систему підбору і призначення кадрів.
42. Визначити складові змістовної концепції.
43. Проаналізувати чому періодичні друковані видання були і залишаються найважливішим джерелом інформації.
44. Визначити як правильно розмістити на шпальтах видання найбільш важливі й великі матеріали.

45. Схарактеризувати етапи проведення дослідження читацької аудиторії.
46. Схарактеризувати величину, склад і структуру редакційного колективу.
47. Схарактеризувати передплату в США.
48. Схарактеризувати ротацію у системі підбору та призначення кадрів.
49. Визначте, за якими критеріями можна встановити залежність/незалежність експерта.
50. Визначте види заголовків за змістом.
51. Визначте основні правила написання новини для медій.
52. Визначте особливості розробки журналістської теми.
53. Визначте правила використання цитат в журналістських матеріалах.
54. Визначте правила роботи для журналістів з «експертами».
55. Визначте правила роботи з джерелами інформації.
56. Визначте, які види лідів найкраще використовувати в матеріалах аналітичних жанрів і чому.
57. Визначте, які види лідів найкраще використовувати в матеріалах інформаційних жанрів і чому.
58. Визначте, які види лідів найкраще застосовувати в матеріалах публіцистичних жанрів.
59. Визначте, які заголовки належать до інформаційних, та наведіть їх приклади.
60. Визначте, які заголовки належать до мотивуючих, та наведіть їх приклади.
61. Наведіть приклади ліду-підготовки сцени та філософського ліду, які правила їхнього написання.
62. Проаналізуйте види заголовків за оформленням та визначте їх функції.
63. Проаналізуйте правила розробки журналістської теми.
64. Проаналізуйте редакційну політику українських медій.
65. Проаналізуйте специфіку посилань в журналістських матеріалах: які правила слід пам'ятати.
66. Проаналізуйте, на що необхідно звертати увагу при виборі заголовку.
67. Проаналізуйте, як знаходити та перевіряти джерела інформації.
68. Проаналізуйте, як писати цікаві заголовки і не порушувати журналістських стандартів.
69. Проаналізуйте, який вигляд має заголовковий комплекс стандартної газети/журналу.
70. Схарактеризуйте види лідів.
71. Схарактеризуйте надійні джерела результатів соціопитувань та досліджень громадської думки.
72. Схарактеризуйте основні вимоги до заголовків в журналістських матеріалах.
73. Схарактеризуйте особливості написання ліду.
74. Схарактеризуйте правила роботи журналістів з цифрами у матеріалах.
75. Топові українські газети та журнали: контент, форма подачі матеріалів, жанрове різноманіття.
76. Узагальніть використання результатів соціопитувань у журналістських

матеріалах.

77. Характеристика газет та журналів: основні їх види.

Рекомендована література **Основна**

1. Антонов В. М. Технологія видавничого виробництва: підручник. Київ: Ніка-Центр, 2018. 448 с.
2. Бойко Л. А. Газетна журналістика: теорія і практика. Львів: Сполом, 2017. 320 с.
3. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Т. Д. Булах – Х., 2011. – С. 158-162.
4. Витвицька Ю. Н. Вивчення аудиторії на різних етапах редакційного менеджменту молодіжного видання // Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації. – 2016 р., № 3 (27). – С. 81-85
5. Витвицька Ю. Н. Формування лояльності аудиторії як чинник успішності ЗМІ / Ю. Н. Витвицька // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – Вип. 37. – С. 348–357.
6. Горевалов С., Зикун Н. Військові ЗМК в інформаційному просторі України: Завдання й перспективи розвитку. Львівський Вісник. – 2013. – С. 250.
7. Грищенко В. В. Технологія газетної справи: підручник. Київ: Либідь, 2019. 356 с.
8. Д'Інка В. Редакційний менеджмент / Вернер Д'Інка // Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ. – 2-ге вид., доповн. та виправлене / за ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
9. Дем'янчук О. І. Видавничі технології в інформаційному просторі: навчальний посібник. Харків: Фоліо, 2020. 276 с.
10. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.; за ред. В. В. Різуна. – К.: Видав.-поліграф. центр «Київський університет», 2010. – 287 с.
11. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації: навчальний посібник / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2005. – 304 с.
12. Ковальчук Т. М. Газетна журналістика: теоретичні та практичні аспекти. Одеса: Астропринт, 2015. 292 с.
13. Кухаренко В. М. Теорія та практика газетного виробництва: монографія. Черкаси: Біла Арка, 2016. 312 с.
14. Лисенко І. М. Публіцистика: сучасні методи виробництва та оформлення. Київ: Кондор, 2019. 240 с.
15. Присяжний М. Організація роботи редакції газети і праці журналіста: навч. посіб. / Михайло Присяжний, Мар'ян Лозинський. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2010. – 182 с.
16. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: практичний

посібник. – К.: Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

17. Щербань, Л. А. Історія розвитку газетної справи в Україні: монографія. Київ: Українська видавнича спілка, 2020. 210 с.

Допоміжна

1. Журналістика. Словник-довідник : авт.-укл. І.Л.Михайлин. – К.: «Академвидав», 2013. – 320 с.

2. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник / Рене Каппон / Пер. з англ. А. Іщенка. — К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія». – 2005. – 125 с.

3. Кобинець А.В. Газета – соціотворча структура й підприємство: навч. посіб. / А. В. Кобинець. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 264 с.

4. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування: навч. посіб. У 2-х ч. / М. С. Тимошик; За ред. В. В. Різуна. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2004.

5. Рус-Моль Ш. Журналістика: посіб. / Пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; наук. редак. В. Іванов. — К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.

6. Мальченко, О. А. Організація та технологія газетного виробництва: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ, 2017. 275 с.

7. Савченко, І. В. Технологія редакційно-видавничого процесу: навчальний посібник. Харків: Прапор, 2021. 318 с.

Інформаційні ресурси

1. <https://detector.media/>

2. <https://imi.org.ua/>

3. <https://texty.org.ua/>

4. НСЖУ <https://nsju.org/yuridichna-konsultacziya/>

5. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення
<http://nrada.gov.ua>

6. Верховна Рада України. Законодавство України.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>

ПОЛІТИКА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Викладання курсу «Газетно-журнальне виробництво», контроль й оцінювання знань і вмінь студентів спрямовані на дотримання вимог

академічної доброчесності (*Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича* (<https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>), *Положення про виявлення та запобігання плагіату в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича* (https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf)).

Студенти несуть особисту відповідальність за випадки їхнього порушення, враховуючи плагіат, списування, підказування тощо. У разі виявлення академічної недоброчесності вперше бали, зараховані студентові/ці за виконане завдання, скасовуються. Повторна практика недоброчесності може призвести до анулювання всіх нарахованих за курс балів.