

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ІНСТИТУТ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА PR

ВАЛЕРІЙ БАШМАНІВСЬКИЙ
КАРОЛІНА ВАСИЛЕНКО

ВСТУП ДО СПЕЦІАЛЬНОСТІ

Навчально-методичний посібник

Житомир – 2024

УДК 378:070

Б 33

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка (протокол №8 від 26.04.2024 р.)

Рецензенти:

Марина Навальна – доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та мовної комунікації Національного університету біоресурсів і природокористування України;

Ольга Мітчук – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри конституційного права та галузевих дисциплін ННІ права Національного університету водного господарства та природокористування;

Катерина Дюжева – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри журналістики, реклами та PR Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Башманівський В. І., Василенко К. С. Вступ до спеціальності: навчально-методичний посібник. Житомир: вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2024. 78 с.

УДК 378:070

У запропонованому посібнику подано короткий зміст лекційного блоку; плани практичних занять із вступу до журналістського фаху; методичні рекомендації та завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти, що містять поради для підготовки журналістських матеріалів, рекламних та PR-кампаній, редакторської правки текстів.

Для тих, кого цікавить журналістика, реклама та PR, видавнича справа та редагування.

© В. І. Башманівський, К. С. Василенко, 2024

© ЖДУ ім. І. Франка

ЗМІСТ

Передмова	5
Короткий зміст лекцій із «Вступу до спеціальності»	8
Тема 1. Журналістика в системі навчальної та практичної діяльності...	8
Тема 2. Історія журналістики.....	9
Тема 3. Журналістський матеріал як твір.....	10
Тема 4. Видавнича справа та редагування в сучасному комунікаційному просторі.....	10
Тема 5. Історія реклами та PR.....	12
Тема 6. Творчий процес у рекламі: теоретичні та прикладні аспекти.....	13
Тема 7. Жанри журналістики і реклами.....	14
Тема 8. Медіапланування і система досліджень у рекламі.....	15
Тема 9. Історія PR.....	15
Тема 10. Становлення та застосування PR у сучасних засобах масової комунікації.....	16
Тема 11. Організація та оцінка ефективності PR-діяльності.....	16
Тема 12. Нормативна база редагування.....	16
Тема 13. Особливості редагування журналістських матеріалів.....	17
Тема 14. Технологія редагування.....	18
Практичні заняття зі «Вступу до спеціальності»	19
Тема 1. Історія світової журналістики.....	19
Тема 2. Історія української журналістики.....	23
Тема 3. Протореклама як початковий етап розвитку рекламної комунікації.....	29
Тема 4. Розвиток реклами та PR у незалежній Україні.....	34
Тема 5. Історія видавничої справи та редагування.....	38
Тема 6. Українська видавнича справа в загальноєвропейському просторі.....	41

Тема 7. Загальні та спеціальні функції журналістики.....	44
Тема 8. Стилї журналістського мовлення.....	46
Тема 9. Жанри журналістики.....	47
Тема 10. Інтерв'ю. Методика підготовки та проведення.....	50
Тема 11. Репортаж. Методика підготовки та проведення.....	53
Тема 12. Журналістське розслідування. Методика підготовки та проведення.....	55
Тема 13. Проблемна стаття. Методика підготовки та написання.....	57
Тема 14. Нарис. Методика підготовки та написання.....	59
Тема 15. Реклама як особливий тип комунікації.....	61
Тема 16. Напрями та форми діяльності PR у новітніх медіа.....	63
Тема 17. Українська видавнича справа в загальноєвропейському просторі.....	66
Тема 18. Видавнича продукція в новітньому комунікативному просторі.....	68
Тема 19. Конкретні норми.....	70
Тема 20. Літературне редагування. Помилки та їх види.....	72
Контрольні завдання.....	74
Рекомендована література.....	75

Передмова

Навчально-методичний посібник «Вступ до спеціальності» призначений для здобувачів вищої освіти першого курсу спеціальності 061 «Журналістика» і покликаний дати студентам теоретичні та практичні знання про основи журналістики, специфіку діяльності засобів масової інформації та розуміння професії журналіста.

Предметом курсу «Вступ до спеціальності» є знайомство здобувачів з основними етапами розвитку сучасних медіа, змістом і функціями журналістики, рекламною та PR-діяльністю, процесами видавничої справи й редагування та їх історією. «Вступ до спеціальності» допомагає студентам не лише сформувати уявлення про свою майбутню професію, а й здобути знання про загальні, соціально-економічні, професійні та прикладні напрямки навчання в університеті.

«Вступ до спеціальності» – курс, який тісно пов'язаний з іншими дисциплінами, що допомагають здобувачам осмислити набуті знання з різних галузей і сформувати навички, необхідні для майбутньої професійної діяльності: масовою комунікацією, теорію журналістики, регулюванням авторсько-видавничих відносин, редакторським практикумом, основами наукових досліджень, спічрайтингом та риторикою, іноземними мовами, етикою, культурою, філософією, інформаційно-комунікаційними технологіями, літературною критикою, текстологією, історією, дизайном, соціологією, менеджментом, психологією, маркетингом та ін.

Метою вивчення навчального курсу «Вступ до спеціальності» є підготувати здобувачів вищої освіти до професійної діяльності та ознайомити їх із сутністю журналістської творчості, рекламної та PR-діяльності, видавничої, редакторської та коректорської справами.

Завдання курсу:

- розкрити сутність і функції журналістської, рекламної та PR-діяльності й видавничої справи;

- ознайомити студентів з історією вітчизняної журналістики, видавничої справи, реклами та PR;
- окреслити правові та етичні аспекти журналістської, видавничої, рекламної та PR-діяльності;
- ознайомити із структурою, функціями, основними принципами написання журналістського твору;
- ознайомити здобувачів з елементарними основами редакторського аналізу та коректування;
- розвинути навички управління рекламною та PR-діяльністю;
- розвинути креативність і навички творчої роботи.

Відповідно до вимог освітньо-професійної програми здобувачі освіти повинні знати:

- особливості сучасних медіа-процесів;
- основні поняття та терміни журналістської діяльності;
- становлення та етапи розвитку реклами й PR;
- напрями і форми проведення рекламної та PR-кампанії;
- дефініцію видавничого процесу й класифікацію друкованого матеріалу;
- методологію створення текстів різних журналістських жанрів;
- принципи та методи аналізу творів мистецтва;
- загальні та особливі аспекти журналістики;
- затверджені стандарти редагування;
- основи друкування тексту.

Уміти :

- аналізувати та створювати журналістські публікації різних жанрів і видів;
- вичитувати й здійснювати правку авторських текстів;
- працювати з різними джерелами інформації та проводити аналітичний пошук;

- планувати рекламні та PR-кампанії, використовуючи різноманітні медіа-канали;
- розумітися на принципах і методах редагування;
- створювати умови для ефективного співробітництва з авторами;
- надавати об'єктивну критику авторським текстам;
- розвивати професійні компетенції та вдосконалюватися за допомогою самонавчання.

Сучасне соціально-культурне середовище вимагає від майбутніх фахівців у галузі медіакомунікацій широкого спектру знань, які охоплюють не лише теоретичні аспекти, а й практичний досвід, уміння використовувати різноманітні методи та інструменти в реальних ситуаціях.

Курс «Вступ до спеціальності» охоплює перелік тем, включаючи основи та принципи журналістської, видавничої, рекламної та PR-діяльності. Він дозволяє здобувачам освіти ознайомитися з основними концепціями, стратегіями й інструментами, що використовуються у сфері журналістики, а також засвоїти практичні навички, необхідні для ефективної професійної діяльності.

Короткий зміст лекцій із «Вступу до спеціальності»

Тема 1. Журналістика в системі навчальної та практичної діяльності

Складові сучасного журналістикознавства. Місце навчальних дисциплін «Теорія журналістики», «Основи журналістики», «Теорія публіцистики», «Етика журналістської творчості», «Психологія журналістської творчості», «Історія української журналістики», «Історія міжнародної журналістики» та ін. у вивченні особливостей медіакомунікації.

Дослідження різнопланових аспектів роботи органів влади, політичних партій, соціальних та економічних питань, проблем культури, участь журналістів у політичних кампаніях тощо – предмет вивчення журналістикознавства.

Поняття про інформаційний простір. Місце точної й вичерпної інформації в розвитку суб'єктів суспільного життя. Публікування інформації. Авторський етап. Редакційний етап. Етап конструювання. Поліграфічне відтворення. Етап тиражування. Етап розповсюдження.

Місце едитології (науки про видавничу справу) у системі наук. Професії редактора та коректора. Редактор як особа, яка складає, перевіряє й виправляє зміст книг, журналів, газет і т. п., розподіляє авторські завдання та здійснює контроль за їх своєчасним і якісним виконанням, актуальністю, точністю, грамотністю подання інформації тощо. Коректура як процес виправлення граматичних і технічних помилок і недоліків. Спрямовання редакторської праці на аналіз і підготовку журналістського матеріалу до друку. Організація редакторської праці як предмет науки і сфера діяльності, яка називається технологією праці.

Роль журналістики в навчальному процесі: вивчення журналістики як академічної дисципліни та її вплив на розвиток критичного мислення, комунікативних навичок та медіаграмотності. Практична підготовка журналістів у закладах вищої освіти. Використання журналістських методів у навчальних процесах та дослідженнях: можливості застосування

журналістських прийомів, таких як аналіз інформації, аналітика, інтерв'ю, подкаст та написання матеріалів у науково-освітньому середовищі.

Вимоги та виклики, що стоять перед майбутніми журналістами в сучасній медіасфері. Методи підготовки здобувачів освіти до успішної кар'єри в медіакомунікаційній сфері. Журналістська практика як частина навчального процесу. Використання інноваційних технологій у навчанні журналістики. Професійні можливості та виклики в сучасній журналістиці.

Тема 2. Історія журналістики

Історія появи й розвитку журналістики. Форми інформаційного спілкування на ранніх етапах розвитку людства. Обмін інформацією через форми знакової комунікації. Роль ораторів у поширенні громадської інформації (діяльність Демосфена, Сократа, Цицерона та ін.)

Початок історії журналістики: від рукописів до друку. Становлення та основні етапи розвитку журналістики в провідних країнах світу, Європі та Україні. Особливості формування та функціонування періодичних видань провідних країн світу. Розвиток друкованих ЗМІ: від рукописних періодичних видань до масових газет. Виникнення інформаційних агентств як ключових гравців у сфері медіакомунікацій. Особливості впливу засобів масової інформації на перебіг суспільно-політичних подій у різних країнах світу в XVII – XX ст. Початки радіо- та телемовлення. Формування єдиного світового інформаційного простору. Роль незалежних медіа у формуванні демократичного суспільства та свободи слова. Питання професійної етики, об'єктивності та правдивості в українській журналістиці. Відображення соціальних, економічних та політичних конфліктів у медіа та їх вплив на суспільство. Роль медіа у формуванні національної свідомості та культурної ідентичності. Приклади використання медіа для підтримки мовної, культурної та історичної спадщини. Роль медіа у військовому конфлікті й інформаційна війна: дезінформація, пропаганда та маніпуляція. Зростання

ролі інтернет-медіа, блогів та соціальних мереж у журналістиці. Виклики та перспективи онлайн-журналістики в епоху цифрової трансформації.

Тема 3. Журналістський матеріал як твір

Процес вибору теми та формування концепції матеріалу: від постановки завдання до складання плану. Роль авторського підходу та творчості у формуванні журналістського матеріалу. Основні елементи структури журналістського матеріалу: заголовок, вступ, основна частина, висновок. Розвиток сюжету та логічний виклад інформації у вигляді тексту. Використання різноманітних стилістичних засобів для досягнення емоційної й інтелектуальної взаємодії з аудиторією. Значення точності, ясності та ефективності в журналістському мовленні. Роль документальних та експертних джерел у формуванні журналістського матеріалу. Взаємодія журналіста з читачами та відгуки аудиторії на журналістські твори.

Природні здібності, знання та праця журналіста. Поняття «журналістська праця» як сукупність різноманітної діяльності, спрямованої на донесення до читача відповідної інформації через ЗМІ. Редакційно-організаційна та літературна робота журналіста. Різні види редакційної праці. Висока інформаційна та літературна культура журналіста, ерудиція та професійна відповідальність перед читачем, глядачем, слухачем. Загальні та спеціальні функції журналістики. Вплив функцій журналістики на навчально-виховний процес у суспільстві та на свідомість читача.

Тема 4. Видавнича справа та редагування в сучасному комунікаційному просторі

Зародження редагування та видавничої справи як свідомого процесу. Вплив книгодрукування на формування літературного редагування як професії. Два періоди газетно-журнального редагування: догазетно-журнальний: до XV ст., що збігається з літописанням і виникненням рукописної книги, початком книгодрукування в Україні, зародженням

полемічно-публіцистичного мовлення; формування редагування як окремого виду професійної діяльності, як складової видавничо-друкарської справи (кінець XVI ст. – XVIII ст.); газетно-журнальний (початок XIX ст. – до наших днів).

Становлення редагування як професійної діяльності в Україні (XVI – XVIII). Національні традиції збирання інформації, її обробка та створення публіцистичних творів – основа української публіцистики. Продовження попередніх традицій публіцистики – «Слово про закон і благодать» митрополита Іларіона, «Повчання» Володимира Мономаха та ін.

Друкарство в Україні (XVI – XVII ст.). Виникнення українського друкарства поза українськими землями та робота друкарів на її території. Початок книгодрукування: І. Федоров. «Апостол» (друге видання), «Острозька біблія», «Буквар», «Новий завіт» тощо. Виникнення друкарень у Луцьку, Києві, Новгороді-Сіверському, Чернігові тощо. Висока поліграфічна техніка, використання різних шрифтів, друк текстів червоними й чорними фарбами, обрамлення орнаментом або рамкою тощо. Роль Ф. Прокоповича (1681–1736) в історії літературного редагування та журналістики. XIX століття як час технічного перевороту в поліграфії та видавничій справі. Технологічні зміни, пов'язані з виданням газет, виникнення нової спеціальності – верстальник.

Редагування медіаматеріалів у XX ст. Тема українського народу, історії, сьогодення, культури у творчості письменників. Розвиток газетно-журнального видання. порушення проблем редагування (нормативність мови, структура видань наукової, навчальної та популярної літератури, дослідження видавничої діяльності та творчості діячів української культури).

Думки І. Огієнка щодо норм редагування текстів. І. Огієнко про місце української публіцистики в розвитку суспільства. Роль І. Франка, М. Грушевського в розвитку українського книгодрукування. Значення М. Зерова, Ю. Яновського, М. Бажана, Василя Земляка, Б. Олійника та ін. у розвитку української публіцистики.

Роль та історія Українського поліграфічного інституту (нині Українська академія друкарства) у становленні «львівської» та «київської» шкіл редагування. Редагування на сучасному етапі. Використання нових технологій у видавничій справі: віртуальна реальність, розширена реальність, інтерактивність тощо. Використання аналітичних інструментів для аналізу аудиторії та ефективності видавничих стратегій. Перехід від традиційних до цифрових моделей бізнесу у видавничій справі.

Тема 5. Історія реклами та PR

Протореклама як початковий етап розвитку рекламної комунікації. Реклама в античному суспільстві. Культурні, антропологічні й етнографічні джерела та комунікативні основи виникнення протореклами. Сутність протореклами. Самореклама як джерело рекламної діяльності. Символізація на початкових етапах розвитку культури та культова протореклама. Знаки власності в архаїчній символіці.

Роль реклами в розвитку масових медіа. Передові форми реклами в часи промислової революції. Види предметно-зображальної та письмової реклами, емблеми й клейма періоду античності. Антична політична реклама та PR.

Тенденції розвитку західноєвропейської реклами та PR у середньовічній культурі в період XIX – XX ст. Історичні, політичні, економічні, релігійні, культурні передумови розвитку реклами в епоху Середньовіччя. Особливості зображальної реклами та цехової емблематики часів Середньовіччя. Рекламний фольклор середньовічних ярмарків.

Розвиток друкарства та формування перших ЗМІ. Становлення газетної реклами. Розвиток друкованої та зовнішньої реклами (друковані афіші, театральні афіші, афішні тумби, типографські емблеми та екслібриси, вивіски). Соціальні фактори формування та жанрова специфіка. Діяльність інформаційних бюро та організація перших рекламних кампаній. Державне регулювання рекламної діяльності в XVII – XVIII ст.

Розвиток рекламного процесу в США та креативні інновації американської реклами на межі XIX – XX ст. Реклама в Західній Європі. Видатні зарубіжні рекламисти XX століття. Вплив індустріального розвитку на зростання попиту на рекламні послуги. Створення перших рекламних кампаній для брендів та товарів. Становлення та основні етапи розвитку PR.

Історія піару та реклами на теренах України. Становлення реклами в східнослов'янських державах періоду Київської Русі (давньоруська епіграфіка, культура та практика графіті й монограм).

Українське козацтво та його символіка. Розвиток друкарства в Україні та зародження української преси. Розвиток української рекламістики в період залежності від російської імперії. Діяльність реклами та PR періоду тоталітарної системи. Вплив політичних подій на рекламну індустрію та рекламні стратегії.

Розвиток реклами та PR у незалежній Україні. Нова ера української реклами: вихід нових рекламно-інформаційних видань і ділових газет. Роль реклами у відновленні та зміцненні української мови та культурних цінностей. Створення приватних рекламних агентств та їх спеціалізація. Особливості пострадянської реклами (принцип «Реклама – це мистецтво», реклама фінансових «пірамід» тощо). Перші українські рекламні фестивалі та виставки. Розвиток реклами в Україні кінця XX ст. – початку XXI ст. (ТБ, радіо, преса, зовнішня реклама, Інтернет тощо).

Характерні риси української реклами у XXI ст. (зростання кількості ЗМІ та рекламних агентств, концентрація рекламного бізнесу в столиці тощо). Вплив культурних та соціальних факторів на формування рекламних та PR-стратегій. Перехід від традиційних форматів реклами до цифрових медіа й інтернет-платформ. Використання соціальних мереж та інтерактивних інструментів у сучасній українській рекламі. Головні події в рекламному просторі України.

Тема 6. Творчий процес у рекламі: теоретичні та прикладні аспекти

Творчість і креативність. Розмежування понять. Проблематика рекламної творчості. Організація творчого процесу в рекламі. Методики досліджень поведінки реципієнта. Методологія творчого мислення в рекламі. Спеціальні техніки рекламного конструювання. Методи психологічної активізації мислення. Методи пошуку творчих ідей. Методи оцінки ефективності реклами. Визначення та характеристика творчості в контексті рекламного процесу. Роль творчості у створенні ефективної реклами: від ідеї до реалізації. Психологічні, соціологічні та культурологічні аспекти творчості в рекламі. Класифікація реклами. Реклама в друкованих ЗМІ. Телевізійна реклама. Реклама на радіо. Реклама в Інтернеті. Мова і стиль реклами. Особливості рекламного тексту. Структурні типи та жанри текстів. Використання новітніх технологій та медіаформатів у творчих кампаніях. Роль дизайну, анімації, відео та інтерактивності в сучасній рекламі. Реклама в системі маркетингу. Вивчення найкращих практик та стратегій у сфері рекламної діяльності.

Тема 7. Жанри журналістики і реклами

Огляд основних жанрів журналістики та їхня функціональна роль. Репортаж, новина, аналітична стаття: особливості та відмінності між цими жанрами. Методи та прийоми роботи з джерелами інформації в жанрах аналітичної журналістики. Використання літературних засобів та художніх прийомів для збагачення журналістського тексту. Стилi журналістського мовлення: аналітичний, агітаційний, експресивний, описовий, репродуктивний. Жанри журналістики. Інформаційна, аналітична, художньо-публіцистична жанрові єдності.

Інформаційна група: замітка, звіт, репортаж, спеціальний репортаж, інтерв'ю, хроніка, інформація, розширена інформація, пресопитування, некролог та ін. Аналітична група: кореспонденція, стаття, рецензія, огляд, коментар, лист, бесіда, експеримент, рейтинг та ін. Художньо-публіцистична

група: художня, політична та наукова. Жанри: замальовка, нарис, есе, фейлетон, памфлет, історія та ін. Особливості шоу. Аналіз зміни стильового підходу залежно від медіаплатформи (преса, телебачення, радіо, онлайн-видання, соціальні мережі). Приклади успішних стратегій адаптації стилю для різних медіаканалів. Застосування кінематографічних методів та монтажу для створення цікавого та ефективного медіазмісту. Об'єднання стилів та жанрів у медіапродуктах через конвергенцію платформ та технологій. Використання мультижанрових підходів та гібридних форматів для створення унікального контенту.

Тема 8. Медіапланування і система досліджень у рекламі

Аналіз цільової аудиторії та ринку. Демографічні дослідження аудиторії. Поведінкові аналізи споживачів. Вибір медіаканалів та платформ. Розробка стратегії та розміщення реклами. Оцінка ефективності та коригування плану. Роль штучного інтелекту в покращенні медіапланів. Прогнозування тенденцій споживання медіаконтенту. Врахування культурних, мовних та соціальних відмінностей у процесі планування. Персоналізація стратегій залежно від географічного контексту та культурних відмінностей. Використання місцевих медіаканалів для досягнення максимального зворотного зв'язку з аудиторією. Оцінка ефективності рекламних кампаній. Адаптація глобальних стратегій до місцевих ринків.

Тема 9. Історія PR

Етапи розвитку PR. Роль комунікації та PR в історії людства. Розвиток PR у середньовіччі та відродженні. Виникнення перших PR-агентств та відділів зв'язків з громадськістю. Вплив мас-медіа на практики PR. Роль PR у політичних та соціальних рухах. Роль Інтернету та соціальних мереж у сучасному PR. Питання етичних стандартів у PR-професії. Перспективи розвитку PR у цифрову епоху. Значення PR у боротьбі за права та свободи. Вплив PR на розвиток міжнародних економічних відносин. Етичні та

соціальні аспекти використання PR у сучасному світі. Інновації у сфері PR: від штучного інтелекту до використання віртуальної реальності.

Тема 10. Становлення та застосування PR у сучасних засобах масової комунікації

Основні поняття в PR. Напрями та форми реалізації PR-роботи. Підготовка PR-проєкту. Принципи оцінки PR-діяльності. Специфіка роботи відділу PR зі ЗМІ. Медіакарта. Медіамоніторинг. Підготовка до інтерв'ю. Особливості подачі інформації під час виступів. Спеціальні події, характеристика та класифікація. Використання PR для контролю за репутацією в умовах швидкого поширення новин через мережу. Вплив мультимедійності, інтерактивності та персоналізації на стратегії PR. Виявлення взаємозв'язків між історією PR та технологічними змінами в медіаіндустрії. Адаптація PR-стратегій до культурних та мовних особливостей різних аудиторій у світовому медіапросторі. Типи PR-документів та їх характеристика.

Тема 11. Організація та оцінка ефективності PR-діяльності

Розгляд PR як не лише окремої кампанії, але й системної стратегії. Аналіз впливу PR-стратегій на формування іміджу компаній та сталість бренду. Вивчення можливостей інтеграції онлайн та офлайн PR-стратегій для досягнення більшої ефективності. Дослідження можливостей застосування штучного інтелекту для аналізу даних, прогнозування тенденцій та автоматизації процесів у PR. Впровадження інноваційних технологій у PR-стратегії для підвищення ефективності діяльності. Вивчення впливу цифрових медіа та соціальних мереж на PR-кампанії.

Тема 12. Нормативна база редагування

Поняття редакційної норми. Використання певних параметрів, шаблонів, положення тощо в процесі підготовки повідомлення. Нормативні

бази: а) конкретних видань; б) конкретних ЗМІ; в) об'єднання всіх ЗМІ, що функціонують у певний час у суспільстві (нормативна база суспільства). Загальні норми. Галузеві норми. Використання загальних норм незалежно від виду та жанру. Існування норм, що використовуються лише в окремих випадках (окремі вимоги до написання енциклопедичних статей (біографічні статті, статті про країни)).

Спеціальні норми інженерної графіки для видань, описи патентів і винаходів тощо. Конкретні норми. Лінгвістичні, логічні, наукові, видавничі, політичні, поліграфічні, етичні, естетичні, релігійні норми.

Конституційні норми в законах («Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про авторське право і суміжні права», «Про державну таємницю», «Про рекламу», а також окремі статті адміністративного, цивільного та кримінального кодексів). Відповідальність автора та редактора за порушення юридичних норм редагування.

Тема 13. Особливості редагування журналістських матеріалів

Методологія редагування. Помилки та їх види: а) інформаційні помилки; б) фактичні помилки; в) темпоральні та локальні помилки; г) семіотичні помилки; ґ) копіювальні помилки. Формалізовані та неформалізовані методи редагування. Формалізовані методи як способи відстеження зовнішньої форми складових повідомлення (перевірка орфографії, пунктуації тощо). Найбільш важливі компоненти формалізованих методів: метод переставлення, метод видалення, метод заміни, метод вставлення. Неформалізовані методи: скорочення, опрацювання, перероблення. Послідовність операцій виправлення помилок. Використання певних положень для покращення роботи редактора та поліпшення проходження шляху інформації від авторського тексту до читача. Мета

правки: досконалий конкретний журналістський твір. Основні вимоги до процесу редакційних виправлень.

Тема 14. Технологія редагування

Вимоги до технологічного процесу редагування. Технологія редагування як наукова організація процесу аналізу й правки твору під час його підготовки до друку. Редакторський аналіз: аналіз із позиції автора, аналіз із позиції читача; редакторський висновок. Місце редактора в роботі автора над твором. Етапи процесу написання твору: підготовчий, написання твору, «шліфування» твору. Підхід до матеріалу та оцінка рукопису. Використання в практичній діяльності редактора методів пофразового вивчення твору, тематичного прогнозування, рубрикації, інтерпретації актуальності теми, якісної оцінки, прогнозування читачьких реакцій тощо. Мовна майстерність і вміле вибудовування композиції твору. Розгляд історичного розвитку процесів редагування і верстки у видавництві. Аналіз впливу технологічних змін на швидкість, якість й ефективність процесу редагування.

Огляд основних інструментів і програм для цифрової верстки книг, журналів та інших видань. Практичні приклади використання цифрових інструментів для створення та оформлення видань. Дослідження функцій та обов'язки редактора у формуванні контенту та структури видання. Вивчення сучасних тенденцій у розробці програмного забезпечення та обладнання для видавничої справи. Методи створення інтерактивного та персоналізованого контенту для читачів. Практичні поради щодо підвищення ефективності комунікації через текстовий та візуальний контент.

Практичні заняття зі «Вступу до спеціальності»

Тема 1. Історія світової журналістики

План

1. Пражурналістика в епоху античності.
2. Публіцистика західноєвропейського Середньовіччя. Рукописні та перші друковані видання.
3. Журналістика Просвітництва.
4. Преса Європи кінця XVIII – початку XX ст.
5. Преса США та особливості розвитку світової журналістики кінця XVIII – поч. XX ст.
6. Медіа новітнього періоду.
7. Світові школи журналістики.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: пражурналістика, античність, оратор, Середньовіччя, просвітництво, преса, медіа, друковане видання, новітній період, школа журналістики, публіцистика, таблоїдна журналістика, щотижневі журнали, новини, політична злободенність.

2. Підготуйте інформацію про одного з давньоримських ораторів (Марк Юній Брут, Юлій Цезар, брати Гракхи та ін.).

3. Знайдіть приклади зародження різних видів пражурналістики в текстах художньої літератури епохи античності.

4. Підготуйте повідомлення про перші друковані видання Західної Європи.

5. З'ясуйте питання політичної злободенності публіцистики Дж. Свіфта.

6. Розкрийте особливості англійської журналістики I пол. XIX ст.:

7. Визначте особливості журналістики США кінця XIX – початку XX століття.

8. Розкрийте суть таблоїдної журналістики.

9. Проаналізуйте основні щотижневі зарубіжні журнали новин XX століття.

Питання для самоконтролю

1. Які ви знаєте рукописні та перші друковані видання?
2. З'ясуйте роль журналістики в епоху античності й Просвітництва.
3. Яку роль відіграла преса Європи в кінця XVIII – початку XX ст.?
4. Вкажіть на особливості розвитку світової журналістики кінця XVIII – поч. XX ст.
5. Розкрийте роль медіа новітнього періоду.
6. Які світові школи журналістики ви знаєте?

Тема 2. Історія української журналістики

План

1. Зародження й становлення української журналістики – від найдавніших часів до середини XIX ст.
2. Формування журналістських систем XIX ст.
3. Українська журналістика першої половини XX століття.
4. Особливості розвитку української журналістики другої половини XX століття.
5. Українська преса поза межами України, преса української діаспори (1945–1990 рр.).
6. Українська підпільна й неформальна преса, самвидав (1960–1990 рр.); напівлегальні видання (1957–1990 рр.).
7. Журналістика України кінця XX – початку XXI ст.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть поняття: українська журналістика, журналістська система, журналістський матеріал, українська діаспора, підпільна преса, самвидав, напівлегальні видання, тематика журналістських матеріалів, щотижневі журнали, новини, політична злободенність.
2. Назвіть особливості зародження й становлення української журналістики – від найдавніших часів до середини XIX ст.

3. Укажіть чинники формування журналістських систем у 60–90-ті роки XIX ст.

4. Назвіть основні складові розвитку української преси епохи першої народної революції (1898–1905 рр.).

5. Виділіть і проаналізуйте основну тематику журналістських матеріалів 1905–1914 років.

6. Дайте характеристику розвитку української журналістики періоду першої світової війни (1914–1917 рр.).

7. Проаналізуйте розвиток української журналістики в період національно-визвольних змагань України.

8. Назвіть основні особливості розвитку ЗМІ періоду більшовицької України 20–30-х років XX століття.

9. ЗМІ України періоду другої світової війни (1939–1945 рр.).

[illegible]

10. ЗМІ в Україні після другої світової війни; тоталітарна журналістика (1945–1990-і роки).

This image shows a single sheet of white paper with ten evenly spaced horizontal blue lines, resembling notebook paper. The lines run across the width of the page, leaving small gaps between them. There are no margins, text, or other markings on the paper.

11. Українська підпільна й неформальна преса, самвидав (1960–1990 рр.); напівлегальні видання (1957–1990 рр.).

12. Преса періоду розбудови української державності (1991 рік і до наших днів).

Питання для самоконтролю

1. Які особливості розвитку західноукраїнські ЗМІ періоду 20 – 30-х років XX століття?
2. Виділіть основні етапи розвитку української еміграційної преси у 20–30-х роках XX століття.
3. Що ви можете сказати про українську пресу перших десятиліть XXI ст.?
4. Якою була преса Житомирщини перших десятиліть XXI ст.?

Тема 3. Протореклама як початковий етап розвитку рекламної комунікації

План

1. Культурні, антропологічні й етнографічні джерела та комунікативні основи виникнення протореклами.
2. Тенденції розвитку західноєвропейської реклами та PR у середньовічній культурі та в період XIX – XX ст.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: протореклама, самореклама, рекламна діяльність, архаїчна символіка, культова протореклама, соціальні фактори, предметно-зображальна реклама, письмова реклама, емблеми, клейма, креативні новації, глашатаї, герольди, PR, компаративний аналіз, газетна реклама.

2. Розкрийте особливості протореклами.

3. Доведіть, що самореклама є джерелом рекламної діяльності.

4. Виділіть основні символи на початкових етапах розвитку культової протореклами.

[illegible]

5. Простежте знаки власності в архаїчній символіці.

[illegible]

6. Дослідіть соціальні фактори формування та жанрову специфіку реклами та PR періоду античності.

7. Проаналізуйте види предметно-зображувальної та письмової реклами, емблеми й клейма періоду античності.

8. Виділіть домінанти античної політичної реклами та PR.

9. Історичні, політичні, економічні, релігійні, культурні передумови розвитку реклами в епоху Середньовіччя.

10. З'ясуйте роль і рекламні функції глашатаїв і герольдів у середньовічному суспільстві.

11. Дослідіть етапи становлення газетної реклами.

12. Розкрийте креативні новації американської реклами на рубежі XIX – XX століття.

13. Дайте характеристику основним етапам розвитку PR.

14. Підготуйте компаративний аналіз реклами в Західній Європі та США.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте особливості клейма періоду античності.
2. Які поширені деталі емблеми античних часів?
3. Проаналізуйте особливості реклами Західній Європі у XXI ст.
4. Визначте складові рекламної продукції США у XX ст.

Тема 4. Розвиток реклами та PR у незалежній Україні

План

1. Історія піару та реклами на теренах України.
2. Розвиток реклами та PR у новітній Україні.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: піар, реклама, креативні новації, рекламні агентства, виставки, ярмарки, спеціалізовані ЗМІ, рекламний простір, креативні новації, глашатаї, герольди, PR, компаративний аналіз, газетна реклама, самореклама, рекламна діяльність.

2. Підготуйте повідомлення: «Становлення реклами в східнослов'янських державах періоду Київської Русі».

3. Дайте характеристику основним етапам розвитку української рекламістики в період залежності від російської імперії.

4. Дослідіть діяльність реклами та PR у період більшовизму.

5. Розкрийте креативні новації в рекламно-інформаційних виданнях.

6. Дослідіть діяльність українських рекламних агентств та їх спеціалізацію.

7. Проаналізуйте розвиток реклами в Україні кінця XX ст. – початку XXI століття.

8. Дайте характеристику етапам розвитку спеціалізованих ЗМІ.

9. Підготуйте письмовий звіт про головні події в рекламному просторі України за останні три роки.

Питання для самоконтролю

1. Дайте характеристику розвитку української реклами початку ХХІ століття.
2. Які ви знаєте характерні риси новітньої української відеореклами?
3. Назвіть характерні риси сучасної української радіо реклами.
4. Проаналізуйте рекламні матеріали у сучасних друкованих ЗМІ.
5. Українська реклама в Інтернет-виданнях ХХІ ст.

Тема 5. Історія видавничої справи та редагування

План

1. Історія виникнення видавничої справи та редагування у світовій культурі.
2. Історія виникнення видавничої справи та редагування в Україні.
3. Газетно-журнальне редагування в Україні.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: літопис, столпоправитель, послання, правництво, перекладач, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, помилки, коректурні знаки, інструменти редагування.
2. Охарактеризуйте причини появи центрів творення рукописних книг у Стародавньому світі.

3. Аргументуйте факт появи видавничої справи на українських землях до прийняття християнства.

4. Які рукописні книги України стали базовими для перших друкованих українських книг? Укажіть час, місце, осіб, які були причетні до першодруків в Україні.

5. З'ясуйте, у чому полягає новаторство та наукова концепція І. Огієнка щодо українського книгодрукування.

6. Вплив радянської системи на друкарську справу в Україні.

7. Розкрийте місце українського друкарства серед редакційно-видавничої справи слов'янських народів.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть перші друковані українські книги.
2. У чому полягає специфіка газетно-журнального редагування в Україні?
3. Які основні аспекти розвитку видавничої справи та редагування в Україні?

Тема 6. Українська видавнича справа в загальноєвропейському просторі

План

1. Видавнича справа в Україні на сучасному етапі.
2. Сучасні тенденції розвитку редакційно-видавничої справи передових країн Європи.
3. Книгодрукування України та Європи: проблеми інтеграції.
4. Особливості створення та реєстрації видавництва.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: видавнича справа, едитологія, видавництво, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, інструменти літературного редагування.

2. Охарактеризуйте ситуацію в українському книгодрукуванні наприкінці 90-х рр. XX ст. та перших десятиліть XXI ст.

3. Окресліть тематику українських друкованих видань 90-х рр. XX ст.

4. Охарактеризуйте видавничу діяльність Наукового товариства ім. Т. Шевченка в Європі.

5. Окресліть тематичну різницю сучасних українських друкованих видань Західної Європи і попередніх.

Питання для самоконтролю

1. Які провідні теми українських друкованих видань ХХІ ст.?
2. У чому особливості українського книговидання ХХІ ст.?
3. Які ви знаєте провідні тенденції розвитку редакційно-видавничої справи у країнах Європи?

Тема 7. Загальні та спеціальні функції журналістики

План

1. Класифікація функцій журналістики в дослідженнях українських і зарубіжних журналістикознавців.
2. Інформаційна функція журналістики та функція формування громадської думки.
3. Спеціальні функції журналістики (організаційна, ідеологічна, культурна, рекламна, розважальна, виховна, соціальної критики тощо).

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: видавець, редактор, інструменти літературного редагування, функція, функція журналістики, журналістика, журналіст, інформація, повідомлення, реклама, агітація, пропаганда.
2. Визначте найважливіший методологічний орієнтир друкованого слова в період ХХІ століття.

3. Які, на вашу думку, основні функції журналістики? Обґрунтуйте.

4. Чому на позначення функції соціальної критики паралельно використовують інше поняття – функція «сторожового собаки»?

5. Проаналізуйте (на власний вибір) газетний текст за функціями, що він виконує. Виділіть основні функції матеріалу.

Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте особливості інформаційної функції журналістики.
2. Які існують етапи реалізації функції формування громадської думки?
3. У чому суть організаційної та ідеологічної функцій журналістики?
4. Дайте характеристику культурній та виховній функціям журналістики.
5. У чому полягає рекламна та розважальна функції журналістики?

Тема 8. Стилi журналістського мовлення

План

1. Інформаційний простір і стилістика сучасної журналістики.
2. Стилiстична диференціяція органiв масової інформації (ОМІ).
3. Стилiстичні особливості сучасного журналістського тексту.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: журналістика, журналіст, інформація, повідомлення, реклама, агітація, пропаганда, стиль, газетна качка, жовта преса, заголовок, контент.
2. Порівняйте розвиток засобів масової інформації у мегаполісах та провінції.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

3. Окресліть цензурну ситуацію щодо журналістських матеріалів у сучасній Україні.

4. Визначте місце авторського «Я» в журналістських матеріалах.

5. Проаналізуйте стилістику сучасних заголовків на прикладі регіональних ЗМІ.

Питання для самоконтролю

1. Виділіть складові сучасного інформаційного простору.
2. Як стилістичні особливості новітнього медіатексту ви можете назвати?

Тема 9. Жанри журналістики

План

1. Поняття жанрології в журналістиці.
2. Загальна характеристика жанрів інформаційної групи.
3. Характеристика жанрів аналітичної групи.
4. Жанри публіцистичної групи.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: журналістика, журналіст, інформація, повідомлення, стиль, жанр, новини, інтерв'ю, репортаж, проблемна стаття, замітка, есе, рецензія, звіт, кореспонденція, журналістське розслідування, тематичний нарис.
2. Поясніть синтез родових ознак літератури в жанрології журналістики.

3. Знайдіть спільне та відмінне в жанрах кореспонденції та статті.

4. Жанрові модифікації в журналістиці як прояв індивідуального стилю автора.

5. Здійсніть огляд тижневого видання й визначте журналістські жанри, що домінують у ньому. Охарактеризуйте їх.

Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте жанри інформаційної групи.
2. Які особливості жанрів аналітичної групи?
3. Виділіть специфічні риси жанрів публіцистичної групи.

Тема 10. Інтерв'ю. Методика підготовки та проведення

План

1. Інтерв'ю як жанр журналістики.
2. Жанрові ознаки інтерв'ю.
3. Закони інтерв'ю.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, інтерв'ю, репортаж, кореспондент, журналістське розслідування.

2. Охарактеризуйте такий різновид інтерв'ю, як бесіда.

3. З'ясуйте, чому в українській журналістській практиці застосовується узгодження матеріалів інтерв'ю з інтерв'юваним. Із чим пов'язана дещо інша ситуація на Заході?

4. Спрогнозуйте трансформацію жанру інтерв'ю в майбутньому.

5. Знайдіть у пресі різні види інтерв'ю, визначте позиції інтерв'юера й інтерв'юованого в цих матеріалах. Дайте характеристику.

6. Розкрийте основну структуру та етапи підготовки інтерв'ю.

Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте інтерв'ю як жанр журналістики.
2. Які основні жанрові ознаки інтерв'ю ви можете назвати?
3. Виділіть визначальні закони підготовки та проведення інтерв'ю.

Тема 11. Репортаж. Методика підготовки та проведення

План

1. Репортаж як жанр журналістики.
2. Жанрові ознаки репортажу.
3. Закони репортажу.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, інтерв'ю, репортаж, кореспондент, журналістське розслідування.

2. Обґрунтуйте, чому репортаж вважається найемоційнішим журналістським жанром?

3. З'ясуйте, за допомогою яких засобів досягається емоційність у газетному репортажі.

4. Охарактеризуйте основні види газетного репортажу.

5. Охарактеризуйте роль і функції авторського «Я» в конкретному журналістському репортажі.

Питання для самоконтролю

1. Які домінантні риси репортажу як жанру журналістики?
2. Проаналізуйте жанрові ознаки репортажу.
3. Виділіть та дайте характеристику законам проведення репортажу.

Тема 12. Журналістське розслідування. Методика підготовки та проведення

План

1. Журналістське розслідування як жанр журналістики.
2. Жанрові ознаки журналістського розслідування.
3. Закони журналістського розслідування.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, інтерв'ю, репортаж, кореспондент, журналістське розслідування.

2. Дайте коротку характеристику новітніх форм журналістського розслідування зарубіжних і вітчизняних працівників мас-медіа.

3. З'ясуйте, як викликати до себе довіру під час проведення журналістського розслідування.

4. Розкрийте різницю між поняттями «домисел» та «вимисел». Як не перетнути межі між ними під час проведення журналістського розслідування?

5. Запропонуйте власні теми (до десяти) журналістських розслідувань.

Питання для самоконтролю

1. Доведіть, що журналістське розслідування належить до медіажанру.
2. У чому полягає жанрова специфіка журналістського розслідування?
3. Назвіть закони журналістського розслідування.

Тема 13. Проблемна стаття. Методика підготовки та написання

План

1. Проблемна стаття як жанр журналістики.
2. Жанрові ознаки проблемної статті.
3. Закони написання проблемної статті.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, інтерв'ю, репортаж, стаття, проблемна стаття, журналіст, журналістське розслідування.

2. Назвіть вимоги до проблемної статті.

3. Укажіть мовні особливості проблемної статті.

4. Визначте роль і місце фахового коментаря в проблемній статті.

Питання для самоконтролю

1. Визначте риси проблемної статті як жанру журналістики.
2. Назвіть жанрові ознаки проблемної статті.
3. Які ви можете назвати домінантні позиції щодо законів написання проблемної статті?

Тема 14. Нарис. Методика підготовки та написання

План

1. Нарис як жанр журналістики.
2. Жанрові ознаки нарису.
3. Закони нарису.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, стаття, нарис, портретний нарис, проблемний нарис, подорожній нарис, науково-популярний нарис, журналіст.

2. Назвіть та охарактеризуйте внутрішньо жанрові типи нарису в журналістиці.

3. З'ясуйте, у чому полягає художня особливість журналістського нарису.

4. Розкрийте структуру портретного/проблемного нарису.

5. Підготуйте фактаж для написання подорожнього нарису.

6. Виділіть і запишіть ознаки науково-популярного нарису.

Питання для самоконтролю

1. Доведіть, що нарис є жанром журналістики.
2. Які ви можете виокремити жанрові ознаки нарису?
3. Назвіть закони написання нарису.

Тема 15. Реклама як особливий тип комунікації

План

1. Функції реклами.
2. Взаємодія різних типів комунікації в рекламі: візуальної, вербальної, міфологічної, художньої тощо.
3. Медійні прийоми впливу в рекламних текстах.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, методи пропаганди в рекламі, коментар, рейтингування, сенсаційність, терміновість, зміщення акцентів, створення асоціацій, інформаційна хвиля.
2. Назвіть та охарактеризуйте методи пропаганди в рекламі.

3. Проаналізуйте поняття: анонімний авторитет, «буденна розповідь», «забалакування», емоційний резонанс, інформаційне блокування, медіатор.

4. Розкрийте сутність поняття: коментар, констатування фактів, хибна аналогія, відвертання уваги, «свідки подій», принцип контрасту.

5. Укажіть на особливості понять: зворотній зв'язок, ефекти (бумеранга, ореолу, первинності, присутності тощо), психологічний шок, створення інформаційної хвилі, створення проблеми, створення загрози, соціальне схвалення, «крок на випередження».

Питання для самоконтролю

1. Які є основні функції реклами?
2. Вкажіть на складові взаємодії різних типів комунікації в рекламі: візуальної, вербальної, міфологічної, художньої тощо.
3. Проаналізуйте медійні прийоми впливу в рекламних текстах.

Тема 16. Напрями та форми діяльності PR у новітніх медіа

План

1. Етапи розвитку PR.
2. Основні поняття в PR.
3. Напрями та форми реалізації PR-роботи.
4. Підготовка PR-проекту.
5. Принципи оцінки PR-діяльності.
6. Специфіка роботи відділу PR зі ЗМІ.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: інформація, інформаційний блок, новини, повідомлення, стаття, інтерв'ю, журналіст, медіакарта, медіамоніторинг, спеціальні події, PR-документи.

2. Назвіть та охарактеризуйте особливості подачі інформації під час виступів.

3. Розкрийте особливості медіакарти.

4. Виділіть складові медіа-моніторингу.

5. Назвіть класифікацію та охарактеризуйте спеціальні події.

[illegible]

6. Підготуйте виступ на 5-7 хвилин з теми «Типи PR-документів та їх характеристика».

[illegible]

Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте головні етапи розвитку PR.
2. Назвіть основні поняття в PR.
3. Які існують домінантні напрями та форми реалізації PR-роботи?
4. Запропонуйте власні ідеї щодо підготовки PR-проєкту.
5. Визначте принципи оцінки PR-діяльності.
6. У чому полягає специфіка роботи відділу PR зі ЗМІ.

Тема 17. Українська видавнича справа в загальноєвропейському просторі

План

1. Видавнича справа в Україні на сучасному етапі.
2. Сучасні тенденції розвитку редакційно-видавничої справи передових країн Європи.
3. Книгодрукування України та Європи: проблеми інтеграції.
4. Особливості створення та реєстрації видавництва.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: видавнича справа, едитологія, видавництво, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, інструменти літературного редагування.
2. Охарактеризуйте ситуацію в українському книгодрукуванні наприкінці 90-х рр. XX ст. – перших десятиліть XXI ст.

5. Окресліть тематичну різницю сучасних українських друкованих видань.

Питання для самоконтролю

1. Дайте характеристику видавничій справі в Україні на сучасному етапі.
2. Проаналізуйте сучасні тенденції розвитку редакційно-видавничої справи передових країн Європи.
3. Які особливості книгодрукування України та Європи?
4. Проаналізуйте новітні вимоги щодо створення та реєстрації видавництва.

Тема 18. Видавнича продукція в новітньому комунікативному просторі

План

1. Видавнича продукція в комунікативному просторі держави.
2. Видання за періодичністю, інформаційними та природними особливостями.
3. Класифікаційні критерії видань.

4. Книжкова продукція – визначальний предмет зацікавленості видавця.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: видавнича справа, едитологія, видавництво, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, інструменти літературного редагування.

2. Охарактеризуйте зразки видавничої продукції за типологічними ознаками.

3. Проаналізуйте види наукових, науково-популярних, навчальних, довідкових, рекламних, літературно-художніх видань.

4. Підготуйте інформацію про рейтинг найпопулярніших видань Житомирщини за тематичними напрямками: художня, навчальна, наукова, дитяча, довідкова література тощо.

Питання для самоконтролю

1. Проаналізуйте зразки сучасної видавничої продукції в комунікативному просторі держави.
2. Дайте характеристику виданню за періодичністю, інформаційними та природними особливостями.
3. Які класифікаційні критерії видань?

Тема 19. Конкретні норми

План

1. Конкретні норми. Їх види.
2. Типи норм.
3. Зафіксовані й незафіксовані норми. Їх різновиди.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: норми редагування, видавничі норми редагування, інформаційний блок, фактологічний матеріал, новини,

правництво, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, помилки, коректурні знаки, інструменти літературного редагування.

2. Обґрунтуйте, які норми називають видавничим «фольклором».

3. З'ясуйте, у чому полягає юридична проблема незафіксованих норм.

4. Чи реально створити єдину й спільну для всіх ЗМІ нормативну базу? Відповідь обґрунтуйте. Які існують теорії редагування з цього приводу?

Питання для самоконтролю

1. Які існують конкретні норми та їх види?
2. Проаналізуйте сучасні тлумачення типів норм.
3. Вкажіть особливості зафіксованих і незафіксованих норм. Які є їх різновиди?

Тема 20. Літературне редагування. Помилки та їх види

План

1. Загальна класифікація помилок.
2. Видавнича класифікація помилок.
3. Виправлення помилок реципієнтами.

Завдання для самостійної роботи

1. Повторіть терміни: норми редагування, видавничі норми редагування, інформаційний блок, фактологічний матеріал, новини, правництво, видавець, редактор, літературний редактор, коректор, помилки, коректурні знаки, інструменти літературного редагування.

2. Назвіть причини авторських помилок.

3. Типологія мовних помилок у друкованому матеріалі.

4. Знайдіть приклади помилок у матеріалах друкованих та Інтернет ЗМІ та проаналізуйте їх.

Питання для самоконтролю

1. Підготуйте інформацію щодо загальної класифікації помилок.
2. Виділіть складові видавничої класифікації помилок.
3. Проаналізуйте етапи виправлення помилок реципієнтами.

Контрольні завдання

1. Проаналізуйте основні щотижневі зарубіжні журнали новин XXI ст.
2. Преса періоду розбудови української державності (1991 рік і до наших днів).
3. Дослідіть етапи становлення газетної реклами в Україні.
4. Розкрийте креативні новації американської реклами на рубежі XIX – XX століть.
5. Дайте характеристику основним етапам розвитку PR.
6. Розкрийте питання новаторства та наукової концепції І. Огієнка щодо українського книгодрукування.
7. Окресліть тематику українських друкованих видань 90-х рр. XX ст. – перших десятиліть XXI ст.
8. Обґрунтуйте основні функції журналістики.
9. Порівняйте розвиток засобів масової інформації в мегаполісах і регіонах України.
10. Проаналізуйте стилістику сучасних заголовків на прикладі регіональних ЗМІ.
11. Знайдіть спільне та відмінне в жанрах кореспонденції та статті.
12. З'ясуйте питання жанрових модифікацій у журналістиці як прояв індивідуального стилю автора.
13. Здійсніть огляд тижневого видання й визначте домінантні журналістські жанри в ньому. Охарактеризуйте їх.
14. Розкрийте основну структуру та етапи підготовки інтерв'ю.
15. Охарактеризуйте основні види газетного репортажу.
16. Охарактеризуйте роль і функції авторського «Я» в конкретному журналістському репортажі.
17. Дайте коротку характеристику новітніх форм журналістського розслідування зарубіжних і вітчизняних працівників мас-медіа.

18. Назвіть та охарактеризуйте внутрішньожанрові типи нарису в журналістиці.

19. Проаналізуйте поняття: анонімний авторитет, «буденна розповідь», «забалакування», емоційний резонанс, інформаційне блокування, медіатор.

20. Укажіть на особливості понять: зворотній зв'язок, ефекти (бумеранга, ореолу, первинності, присутності тощо), психологічний шок.

21. Розкрийте особливості понять: створення інформаційної хвилі, створення проблеми, створення загрози, соціальне схвалення, «крок на випередження».

22. Виділіть складові медіамоніторингу.

23. Охарактеризуйте зразки видавничої продукції за типологічними ознаками.

24. Проаналізуйте види наукових, науково-популярних, навчальних, довідкових, рекламних, літературно-художніх видань.

25. Чи реально створити єдину й спільну для всіх ЗМІ нормативну базу? Відповідь обґрунтуйте. Які існують теорії редагування з цього приводу?

26. Типологія мовних помилок у друкованому матеріалі.

Рекомендована література

Основна:

1. Досенко А., Погребняк І. Інтернет-журналістика. Комунікативні маркери: навч.-метод. посібник. К.: «Центр навчальної літератури», 2020. 184 с.
2. Зеленин В. Основи міфодизайну. Психотехнології керування медіареальністю : підручник. К. : «Гнозис», 2017. 168 с.
3. Карпенко В. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади : підручник. К. : Університет «Україна», 2012. 164 с.
4. Нестерняк Ю., Клименко О. П. Від Майдану до Майдану. Новітня історія української журналістики (1989-2019): навч. посібн. Київ : ВЦ «Академія», 2022. 192 с.
5. Партико З. Основи редагування Друге видання, перероблене і доповнене. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 332 с.
6. Канівець І. Варіативне кіно, режисура екранних творів з сюжетами : навч. посібн. К. : «Видавець Олег Філюк», 2018. 242 с.

Додаткова:

1. Бугрим В., Мащенко І. Телебачення прямого ефіру : навч. посібн. для студентів фак. журналістики ун-тів. Київ : Либідь, 1991. 198 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: навч. посібн. / За загал. ред. В. Ф.Іванова. К.: Академія Української Преси, 2011. 262 с.
3. Георгієвська В., Сидоренко Н. Реклама – рушій розквіту: рекламно-довідкова преса на території Східної України (XIX – початок XX ст.) : моногр. К. : АДЕФ-Україна, 2010. 320 с.
4. Городенко Л. Теорія мережевої комунікації: Монографія. К.: Академія Української Преси, 2011. 387 с.
5. Іванов В., Волошенюк О. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. За наук. ред. В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
6. Карпенко В. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика : підручник. К. : Університет «Україна», 2007. 430 с.

7. Карпенко В. Інформаційна політика та безпека: підручник. К. : Нора-прінт, 2006. 300 с.
8. Карпенко В. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади: підручник. К. : Університет «Україна», 2012. 164 с.
9. Міхаель Галлер. Репортаж: навч. посібн. / Пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; За заг. ред. В. Іванова. К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.
10. Михайлин І. Основи журналістики: Підручник. К.: ЦУЛ, 2002. 284 с.
11. Михайлин І. Історія української журналістики ХІХ ст.: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 720 с.
12. Михайлин І. Журналістська освіта і наука: підручник. Суми : Університетська книга, 2009. 336 с.
13. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи: навч. посібн. Л.: Афіша, 2001. 416 с.
14. Потятинник Б. Інтернет-журналістика. Л. : ПАІС, 2010. 244 с.
15. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. [текст] : навч. посіб. К. : «Центр навчальної літератури», 2013. 202 с.
16. Різун В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
17. Шевченко В. Художньо-технічне редагування: підручник. К. : Видавець Паливода А. В., 2010. 516 с.
18. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практ. посібн. К.: Наша культура і наука, 2005. 560 с.

Інтернет ресурси:

Академія української преси. URL: <http://www.aup.com.ua/>

Бібліотека Житомирського державного університету імені Івана Франка. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/>

Бібліотека українських підручників. URL: <https://pidru4niki.com/>

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL:
<http://nbuv.gov.ua>

Підручники онлайн. URL: <http://textbooks.net.ua/>

Словники Україн <https://lcorp.ulif.org.ua/dictua/>.

Розпізнаваймо методи маніпуляцій у рекламі. URL:
<https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/11060/2010-09-17-rozpiznavaymo-metody-manipulyatsiy-u-reklami/>