

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ

ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

Циклова комісія журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА

За спеціальністю 061 Журналістика

(Освітньо-професійна програма

«Видавнича справа та медіакомунікації»)

Сучасний молодіжний погляд на пресу ВНЗ (розробка нового макету для студентської газети)

Виконала: студентка II курсу, групи
Жбз-21

Біла Софія Андріївна

Керівник: викладачка циклової комісії
журналістики Галицького фахового
коледжу ім. В. Чорновола

Капітан Владислава Сергіївна

Рецензентка: кандидатка філологічних
наук, доцентка кафедри української
мови та славістики Тернопільського
національного педагогічного
університету імені Володимира Гнатюка

Криськів Мирослава Йосипівна

Офіца

70

Тернопіль - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
. Газета як різновид періодичного видання.....	6
1.2. Класифікація та функції газетних видань.....	7
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ.....	13
1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку.....	13
2.2. Структура	17
2.3. Жанрова палітра.....	18
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення.....	19
2.5. Авторська ідея.....	20
2.6. Особливості аудиторії.....	22
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ.....	24
ВИСНОВКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	29
ДОДАТКИ.....	32

ВСТУП

Художньо-технічне редагування — це не просто оформлення тексту, а й мистецтво перетворення інформації на візуально привабливе та зрозуміле видання. Воно ґрунтується на стандартах, які визначають зовнішню форму та структуру видання залежно від його типу.

Незважаючи на загальні риси, друкowana продукція має безліч відмінностей, які роблять кожне видання унікальним. Кожен вид друкованих видань володіє специфічною внутрішньою та зовнішньою структурою, яка є основою його оформлення. Недотримання відповідних норм і стандартів при створенні видавничої продукції призводить до того, що друкowana продукція виходить неякісною і незручною у користуванні, не відповідає запитам читача. Для читача важливі, крім відповідності заданій тематиці, такі показники видання: формат, читабельність, ілюстративність, обсяг, міцність, зручність пошуку. Саме ці вимоги читача і повинні бути враховані під час перетворення авторського тексту в матеріальну продукцію — друкований примірник газети.

З виникненням технологій комп'ютерної верстки і розповсюдженням комерційних типографій, можливістю повноколірного друку, преса стала затребуваним друкованим носієм інформації.

Дизайн газети створюється на основі багатьох матеріалів: це тематичні різножанрові текстові матеріали, дослідження та опитування, графічні елементи, такі як фотографії, ілюстрації, малюнки. Також дизайн повинен привертати увагу читачів, адже естетичне оформлення, виконане відповідно з чинними стандартами, якісний контекст допомагає видавцеві не тільки правильно вирішувати маркетингові завдання, а й бути носієм культури.

Мета творчого проєкту полягає у створенні макету друкованої газети «Student News». Розробка концепції видання, наповнення якісним контентом, створення сучасного дизайну газети, відповідність змісту цільовій аудиторії, підбір відповідного оформлення. Основна мета газети — надання ексклюзивної та актуальної інформації читачам. Пропоноване видання

виступатиме радником для студентів, за допомогою якого читач зможе дізнатися про актуальні події в галузі освіти та навчальному закладі. Основні принципи при створенні випуску газети: професіоналізм, практична спрямованість, достовірність, креативність, різноманітність.

Для досягнення окресленої мети поставлено такі завдання:

1. Дослідити класифікаційні та функціональні особливості газетних видань.
2. Визначити концепцію, читацьку аудиторію та тематичну спрямованість газети.
3. Вивчити сучасні тенденції щодо оформлення друкованої преси для ЗВО.
4. Описати актуальні теми та питання, що стосуються студентської тематики.
5. Створити макет друкованої газети для студентів, використовуючи професійну програму для верстки «Adobe InDesign».

Під час розробки творчого проєкту було застосовано такі методи:

Метод моделювання використаний у створенні макету друкованої газети «Student News».

Когнітивний метод застосований для змістового наповнення студентської газети.

За допомогою *структурно-функціонального методу* створено рубрикацію, вивченні зв'язки між рубриками.

Метод анкетування використаний при окресленні читацької аудиторії, за допомогою пропонованого методу визначено шляхи для подальшого маркетингового просування студентської газети, визначено тематику публікацій.

Метод аналізу застосовано при створенні макету газети з метою логічного розташування всіх елементів видання.

Предметом дослідження є сучасний молодіжний погляд на друковану пресу ЗВО.

Об'єктом дослідження є друкована газета для студентської спільноти.

Джерела інформації. Матеріали створені на основі різних джерел інформації: навчальні посібники та підручники (Срібняк І. «Історія журналістики», Крайнікова Т. «Культура видання»), наукові публікації (Вербовий Р. «Дослідження елементів композиційно-графічного комплексу сучасного українського молодіжного журналу», Йордан Г. «Основні архітектонічні складові друкованої газети», Шевченко В. «Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання»), стандарти видавничої справи, зразки друкованих газет («Студентінформ», «StudPOL») тощо.

Структура роботи. Творчий проєкт складається із двох частин: теоретичної, а також практичного додатку — макету періодичного видання (газети).

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

1.1. Газета як різновид періодичного видання

Газета — періодичне видання з постійною назвою, що виходить через певні короткі проміжки часу, містить офіційні документи, оперативну інформацію і матеріали з актуальних громадсько-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературні твори, фотографії та рекламу.

Газета може бути обмежена на короткий час, під час певних заходів (конференція, фестиваль тощо). Газета може мати додаток у вигляді неперіодичного, періодичного або постійного видання. Республіканські, регіональні, місцеві та іноземні газети розрізняються за своїм тиражем [8, с. 18].

Дослідниця Т. Крайнікова розглядає газетне видання як аркушеве видання, адаптоване видавництвом до своїх особливостей. Якщо газета надрукована, ми будемо купувати аркуші паперу, тому газети за матеріальною структурою належать до аркушевих видань [12, с. 77].

Науковець Г. Швецова-Водка трактує газетне видання як «видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання» [22, с. 36]. За матеріальною структурою газета — це «газетне видання», тобто видання у вигляді однієї чи кількох сторінок фіксованого формату, що виходить через невеликі проміжки часу і містить оперативну інформацію про поточні події суспільно-політичного життя. У газеті публікуються переважно літературні твори: правові та політичні першоджерела, публіцистичні, масово-інформаційні, рекламні, науково-популярні, літературно-художні тощо, у тому числі фотографії, картини та інші візуальні матеріали [22, с. 51].

Якщо газета багатосторінкова, допускається її зшивання дротом (степлером) — типологічно газетно-журнальні публікації займають проміжне положення між газетами і журналами. Отже, якщо друковані сторінки газети переплетені, то видання є газетою-журналом. Порівняно з традиційною

газетою це видання зручніше читати. Крім того, художньо-графічна концепція газетно-журнального видання передбачає, як правило, більший обсяг і компактніший зовнішній вигляд (за рахунок використання багатоколірного друку; для першої сторінки кращий блоковий папір і щільніший гіпсовий папір). Газети та журнали переважно знаходяться в сегментах «престижна преса» та «якісна преса», наприклад, газета «Бізнес» позиціонувалася як видання «української буржуазії», а «Шарх» — видання інтелігенції [12, с. 78].

Газета надає читачеві оперативну інформацію, останні новини, що відрізняє її від журналу. Цим пояснюється головна роль новинних жанрів (заміток, репортажів, звітів, інтерв'ю) у газеті. Тут не згадується, що стандартні газети можуть виходити щоденно («Високий замок», «День», «Україна молода»), щотижнево («Дзеркало тижня», «Кіевській телеграфъ»), кілька разів на тиждень («Сільські вісті») або місяць («Завуч»). Зазначимо, що в умовах Інтернету друковані газети практично відійшли в минуле: на зміну їм прийшли інтернет-газети, здатні доносити інформацію до читача в режимі реального часу.

У цьому сенсі друковані газети трансформуються, перетворюючись на «повільні медіа», більш аналітичну та візуальну продукцію. У примітці стандарту «Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017–2015» наголошується, що газета може бути опублікована за короткий проміжок часу. Наприклад, у дні проведення щорічної виставки «Поліграфія» (в попередні десятиліття вона проходила в Києві) виходила газета, в якій розповідалося про хід цього заходу [12, с. 130]

1.2. Класифікація та функції газетних видань

Стандарт «Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017–2015» визначає такі види газет:

- загальнополітичні;

- спеціалізовані;
- спецвипуск газети.

Загальнополітична газета — газета, яка систематично висвітлює внутрішню і зовнішню політику держави, міжнародне життя, місцеве управління та діяльність громадських об'єднань. Для загальнополітичної газети важливо об'єктивно вимірювати й оцінювати факти суспільного життя, діяльність політичних сил і лідерів, представляти іншу точку зору на події, оскільки такі публікації активно формують громадську думку про ситуацію країни, політику, стан економіки тощо.

Спеціалізована газета — це газета, яка систематично висвітлює окремі теми суспільного життя, науки, техніки, культури та інших сфер діяльності. Наприклад: «Друг читача», «Літературна Україна», «Спортивна газета», «Харчовик», «Здоров'я України» тощо [12, с. 131].

Спеціалізована газета, яка систематично висвітлює різні теми суспільного життя, науки, техніки, культури та інших сфер діяльності. За тематичним спрямуванням, за призначенням читачі газети з питань економіки та бізнесу, культури, літератури, мистецтва, медицини, спорту, релігії, реклами, дозвілля, дітей та молоді тощо [8, с. 19].

Спецвипуск газети, присвячений спеціальній темі або призначений для швидкого донесення до читача необхідної інформації, назву основного видання, поточний і загальний номери (або можуть бути без номерів), а також рік і число видання. Спецвипуск газети, крім назви основного видання, може мати власну тематичну назву [8, с. 19].

Спецвипуск газети — це газета, присвячена певній темі або призначена для швидкого донесення до читача необхідної інформації про будь-яку подію з назвою основного видання, поточним і загальним номерами (або може бути без номерів). Спецвипуски виходять переважно у зв'язку з певним ювілеєм (самої газети чи важливої особи, яка цікавить читача) або позапланово: необхідність відобразити важливу подію в країні. Наприклад, під час

Помаранчевої революції 2004 року «Хрещатик», «Високий замок», «Експрес» та інші газети видавали спецвипуски, присвячені подіям Майдану [12, с. 132].

За критерієм території поширення розрізняють газети:

- національні газети: охоплюють загальнонаціональну аудиторію, читають по всій країні («Газета по-українськи», «Експрес», «Україна молода») [12, с. 130];
- регіональні — розраховані на аудиторію певного регіону країни («Галичина», «Зоря Полтавщини», «Донеччина»);
- місцеві — видаються в області, місті, одному чи кількох районах, фірмі, підприємстві, господарстві, навчальному закладі (газета району «Вперед» Бородянського району Київської області);
- іноземні — зареєстровані та розташовані в інших країнах, які можуть поширюватися на світовому ринку («The Times», «Financial Times», «Frankfurter Allgemeine Zeitung»).

Стандарт «Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017–2015» класифікує спеціалізовані газети за такими критеріями:

- тематична спрямованість (про що саме йдеться в газеті?) — економічна та ділова преса, медичні, спортивні, юридичні газети;
- читачі (хто ваша аудиторія?) — газети для дорослих і дітей; жінки, люди похилого віку;
- мета (з якою метою?) — релігійна, рекламна, розважальна тощо.

Періодичний пласт місцевих газет і журналів дуже різноманітний, але він має низку характеристик, за якими можна визначити спільне, а що відмінне, тобто вибудувати певну систему. Пропонуємо класифікувати сучасні періодичні видання за двома типами ознак: основними та вторинними [16]. Основні ознаки:

- особливості тематичного напрямку та рівня суспільного охоплення (республіканські, регіональні журнали);
- ознака власності (бюджет, комерційне періодичне видання);

- характеристика жанру (масова інформація, аналітична періодика).

Вторинні характеристики:

- професійно-виробничі (відомчі видання, «ділові» видання); ідеологічний (партійна преса);
- розваги («глянцеві» видання, таблоїди).

Тому розглянемо різні види сучасної періодики за шкалою наведених ознак:

Національна періодична преса Ці видання висвітлюють національні проблеми, роз'яснюють національні процеси, порушують проблеми на державному рівні та захищають інтереси всіх громадян. Перелік таких видань досить великий: від парламентської газети «Голос України» до популярного столичного видання «Сьогодні». Проте слід визнати, що, на жаль, нинішні національні видання не відповідають масштабам країни. Зокрема, мовчать про багато важливих питань, які необхідно обговорити, щоб суспільство розумілося.

Регіональні газети висвітлюють місцеві проблеми. Успіх такого типу преси залежить від актуальності її висвітлення. Регіональні газети мають бути простими, тобто не цуратися суто побутових тем: цін на місцевому ринку, оглядів розважальних закладів тощо. Західна практика також рекомендує використовувати місцеві медіа як засіб комунікації для місцевої громади (інформування читачів про останні події їхнього життя чи події, в яких вони беруть участь). Приваблює читачів і перспектива стати одним із героїв газети.

Інформаційно-масова преса надає перевагу інформативним жанрам. Тут все спрямовано на те, щоб читачу було зручно користуватися інформацією: короткий огляд головних подій, пізнавальні та розважальні теми, зручний формат для читання в натовпі в громадському транспорті. У стилістиці переважають спрощені форми: будова речень зрозуміла, тезовий характер думок, «жартівлива» манера письма.

Аналітична преса невелика, некомерційна, але впливова, оскільки орієнтована на елітні верстви суспільства. Локальною моделлю аналітичного

видання можна вважати тижневик «Дзеркало тижня». Відсутність рекрутингу, поінформованості, професійного використання соціологічної, доступності джерел інформації на найвищому рівні — все це формує своєрідне «дзеркальне» відображення.

Таким чином, типологічна характеристика сучасних газет дозволяє:

- сприймати періодичні видання як цілісну систему;
- уникати хаосу в управлінні інформацією;
- ефективніше виконувати функції ЗМІ (як у соціальному, так і в бізнес-сенсі) [16].

Особливості газет як друкованих засобів масової інформації:

- журналісти друкованих видань мають порівняно більше часу для підготовки повідомлення. Це дає можливість журналісту якомога глибше дослідити, зрозуміти та пояснити проблему читачам;
- підготовлений текст інтерв'ю чи статті переглядається співавторами (людиною, яка давала журналісту інтерв'ю, чи представником організації, який брав участь у підготовці аналітичного матеріалу), що зменшує ризик подачі неправильної інформації чи її викривлення;
- друковані засоби масової інформації дають більше можливостей зберегти анонімність, ніж трансляційні засоби (наприклад, історія жінки, що потерпіла від насильства). Журналісти можуть використовувати інформацію без посилання на джерело або зазначення, що джерело, автор є анонімними, або що «імена авторів були змінені з етичних міркувань»;
- газета — це фізичний об'єкт, який дозволяє читачам отримати доступ до інформації в зручний для них час. Газети також можна передавати іншим, копіювати та переплітати для використання в майбутньому [4].

Газета як різновид мас-медіа виконує такі функції:

- інформаційна функція — контролювати середовище та передавати всі новини, щоб люди могли зрозуміти світ. Мета функції — навчати, виховувати та поширювати знання, які неможливо отримати в іншому місці;

– функція артикуляції — передача інформації, яку дають «сильні цього світу», і відображення думок «безмовних мас». Це дозволяє людям висловлювати свої думки, повністю виражати свої потреби та почуття;

– функція соціалізації — передача культурних досягнень. В газеті повинні не тільки розкривати те, що сталося, а й пояснювати, як це сталося, порівнювати факти, пояснювати історію широко за допомогою порівнянь, проливати світло на причини, показувати зв'язок між фактами. Тобто повний розбір події;

– функція критики та контролю — перевірка роботи всіх можновладців шляхом створення пропаганди через передачу інформації. Газета є потужною силою впливу на всі три гілки влади [10, с. 245];

– функція кореляції — це взаємодія медійного тексту та основної аудиторії в процесі узгодження різних поглядів і думок. Залежно від характеру газети ця функція використовується для формування громадської думки;

– функція обслуговування — надання практичної користі населенню. Медіа мають полегшувати повсякденне життя людей;

– розважальна функція полягає в задоволенні потреб у розвазі та відпочинку;

– функція реклами полягає в просуванні товару. Це основне джерело прибутку [10, с. 246].

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку

Студентська преса — це динамічний і мінливий сегмент інформаційного ринку. Вона відіграє важливу роль у житті студентського співтовариства, надаючи інформацію, розваги та платформу для вираження думок.

З точки зору інформаційного ринку, студентські газети можна охарактеризувати наступними ключовими характеристиками:

1. Цільова аудиторія. Студентська преса орієнтована на студентів та молодь. Ця аудиторія має свої особливі потреби та інтереси, які газети повинні враховувати.
2. Контент. Студентські газети публікують новини, статті, фотографії, ілюстрації, карикатури, листи до редакції, рецензії, оголошення, та інші матеріали. Цей контент повинен бути цікавим і релевантним для цільової аудиторії.
3. Формат. Студентські газети можуть виходити у друкованому або онлайн-форматі. Кожен з цих форматів має свої переваги та недоліки.
4. Фінансування. Студентські газети можуть фінансуватися з різних джерел, таких як рекламні доходи, студентські збори, гранти, пожертвування.
5. Конкуренція. Студентські газети стикаються з конкуренцією з боку інших джерел інформації, таких як комерційні ЗМІ, соціальні мережі, вебсайти університетів.
6. Вплив. Студентська преса може мати значний вплив на студентське життя. Вона може інформувати студентів про важливі питання, стимулювати дискусії, та впливати на прийняття рішень.

Розробка макету для студентської газети — це складний процес, який потребує ретельного планування та обґрунтування. Важливо при створенні опиратися на теоретико-методологічні засади, щоб розробити макет, який буде

не лише візуально привабливим, але й функціональним, інформативним і відповідати потребам цільової аудиторії.

Теоретичні основи:

1. **Теорія комунікації.** Важливо розуміти принципи комунікації, щоб створити макет, який буде ефективно передавати інформацію цільовій аудиторії. Це включає в себе розуміння таких понять, як кодування, декодування, зворотний зв'язок та шуми.

2. **Дизайн.** Важливо знати принципи дизайну, щоб створити макет, який буде візуально привабливим і зручним для читання. Це включає в себе розуміння таких понять, як ієрархія, баланс, контраст, пропорції та негативний простір.

3. **Типографія.** Важливо знати принципи типографії, щоб створити макет, який буде легко читабельним та естетично приємним. Це включає в себе розуміння таких понять, як вибір шрифту, кегль, інтерліньяж і вирівнювання тексту.

4. **Психологія.** Важливо розуміти принципи психології, щоб створити макет, який буде привертати увагу читачів та утримувати їхній інтерес. Це включає в себе розуміння таких понять, як сприйняття кольору, когнітивні упередження та емоції.

Методологічні принципи:

1. **Дослідження.** Важливо провести дослідження, щоб зрозуміти потреби та вподобання цільової аудиторії. Це може включати в себе інтерв'ю та спостереження.

2. **Аналіз.** Важливо проаналізувати існуючий макет газети та виявити його сильні та слабкі сторони. Це може допомогти визначити, які зміни потрібно внести.

3. **Прототипування.** Важливо створити прототипи нового макету, щоб протестувати його на цільовій аудиторії. Це може допомогти виявити будь-які проблеми та внести необхідні зміни.

4. Оцінювання. Важливо оцінити новий макет, щоб переконатися, що він відповідає поставленим цілям. Це може включати в себе проведення опитувань.

Аспекти, які ми врахували при розробці нового макету студентської газети:

1. Читабельність. Текст має бути легко читабельним, шрифт чітким, а міжрядковий інтервал достатнім.

2. Інформативність. Макет має бути інформативним та чітко структурованим, щоб читач легко міг знайти потрібну йому інформацію.

3. Візуальна привабливість. Макет має бути візуально привабливим та цікавим, щоб читач хотів його читати.

4. Відповідність бренду. Макет має відповідати загальному бренду та стилю університету.

5. Можливість адаптації. Макет має бути гнучким та адаптивним, щоб його можна було легко змінювати та оновлювати.

Обґрунтування актуальності інформаційного проєкту:

1. Назва проєкту: «Student News».

2. Тип проєкту: молодіжна друкована газета та її онлайнова версія.

Вид видання ми визначили згідно зі стандартом ДСТУ 3017:2015. «Видання. Основні види. Терміни та визначення».

– вид видання — газета;

– вид видання за матеріальною конструкцією — газетне видання. Це аркушеве видання, видавничо пристосоване до його специфіки;

– вид видання за періодичністю — періодичне видання, що виходить через певні рівні проміжки часу та має заздалегідь визначену кількість нумерованих (датованих) випусків;

– вид видання за знаковою природою інформації — текстове, видання більшу частину обсягу якого займає текст або змішаний тип інформації;

– вид видання за цільовим призначенням — популярне видання, що містить відомості просвітницького значення з однієї чи кількох галузей знань, нескладні за змістом та викладені в легкій, доступній для розуміння формі для задоволення непрофесійних інтересів читачів.

3. Цільова аудиторія. Студенти віком від 16 до 25 років, які навчаються у закладах вищої освіти України.

Газета «Student News» має кілька ключових завдань, які стосуються інформування, розвитку та об'єднання студентської спільноти:

1. Інформаційні завдання:

– інформувати студентів про актуальні події університету, міста, країни та світу. Це можуть бути новини про навчання, стипендії, гранти, культурні заходи, спортивні змагання, політику, соціальні проблеми тощо;

– надавати студентам аналітичні матеріали, які допоможуть їм критично оцінювати інформацію та формувати власну думку;

– отримувати та публікувати офіційні повідомлення від адміністрації університету, профспілки студентів та інших офіційних структур.

2. Розвиваючі завдання:

– сприяти розвитку критичного мислення, навичок аналізу інформації та письма у студентів;

– заохочувати студентів до творчого самовираження через публікацію їхніх статей, віршів, оповідань, фотографій, ілюстрацій тощо;

– підвищувати рівень обізнаності студентів щодо можливостей стажування, працевлаштування та подальшого навчання;

– ознайомлювати студентів з різними точками зору на актуальні теми через публікацію статей і проведення дискусій.

3. Завдання об'єднання:

– об'єднувати студентів з різних факультетів та спеціальностей, сприяючи почуттю спільноти та єднання;

- залучати студентів до активної участі в житті університету та позауніверситетському житті;
- створювати платформу для спілкування між студентами, де вони можуть обмінюватися думками, ідеями та досвідом;
- захищати права та інтереси студентів, висвітлюючи їхні проблеми та пропонуючи шляхи їх вирішення.

Газета «Student News» прагне бути джерелом достовірної та цікавої інформації для студентів, сприяти їхньому розвитку та об'єднанню, а також бути голосом студентської спільноти.

Очікувані результати проєкту:

1. Збільшення інформованості студентів про актуальні події та новини.
2. Підвищення рівня активності та залучення студентів до життя університету та суспільства.
3. Розвиток творчих здібностей і критичного мислення студентів.
4. Створення платформи для вільного обміну думками та дискусій.
5. Покращення іміджу університету та його популяризація серед абітурієнтів.

2.2. Структура

Формат газети:

- друковане видання — 60×84/8. Щомісячний випуск друкованої газети;
- онлайнова версія видання;
- вебсайт з щоденним оновленням контенту.

Обсяг видання — 32 с.

Основні теми:

- новини університету. Події, зміни в навчальних програмах, можливості стипендій, культурні заходи тощо;
- освіта та наука. Нові дослідження, інноваційні методи навчання, можливості стажування та працевлаштування;
- культура та розваги. Огляди книг, фільмів, театрів, концертів, фестивалів тощо;
- спорт. Новини спортивних команд університету, змагання, інтерв'ю зі спортсменами;
- політика та суспільство. Актуальні події, аналітика, дискусії на важливі теми;
- студентське життя. Поради з навчання, тайм-менеджменту, здорового способу життя, психології тощо;
- творчість. Статті, фотографії, ілюстрації, вірші, оповідання та інші твори студентів.

2.3. Жанрова палітра

Молодіжна газета «Student News» є популярним виданням, яка допоможе студентові ознайомитися з актуальними подіями, новинами університету, культурою, спортом, наукою, освітою, політикою, розвагами тощо.

Місія газети. Інформувати студентів про актуальні події та новини, що стосуються їхнього життя та навчання. Забезпечувати платформу для дискусій та обміну думками на різні теми. Сприяти творчому самовираженню студентів і публікації їхніх робіт. Розвивати навички критичного мислення та аналізу інформації. Об'єднувати студентів з різних факультетів і спеціальностей. Підтримувати активну позицію студентів та їхню участь у житті університету та суспільства.

Редакційна політика:

- незалежність. Газета не повинна бути рупором адміністрації університету або будь-якої іншої групи з інтересами;
- об'єктивність. Статті повинні бути неупередженими та ґрунтуватися на фактах;
- збалансованість. Газета повинна представляти різні точки зору на різні теми;
- точність. Інформація, що публікується в газеті, повинна бути достовірною та перевіреною;
- етика. Газета повинна дотримуватися журналістських стандартів та етичних норм.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Обкладинка газети є авторською ідеєю та створена за допомогою платформи «Canva». Обкладинка є вітриною, яка інтригує людину, зацікавлює, змушує відкрити видання і зануритися в читання. На обкладинці присутні стандартні елементи: назва, номер випуску, дата випуску, тип видання. При розробці стилю оформлення газети «Student News» враховано психологічну особливість сприйняття потенційним читачем кольорової гами, а саме синьо-жовтих кольорів. Фотографії та зображення, використані у газеті, взяті з відкритих джерел Unsplash та Adobe Stock.

Гарнітура основного шрифту — Bookman Old Style, кегль основного тексту — 12 пунктів. Для заголовків публікацій обрано гарнітуру Book Antiqua, кегль — 18 пунктів, напівжирне курсивне накреслення шрифту. Кегль для колонтитулів — 18 пунктів напівжирного курсивного накреслення, гарнітура Bookman Old Style. Для підписів до газетних публікацій обрано гарнітуру Book Antiqua, кегль 11 пунктів, курсивне накреслення шрифту. На обкладинці використана гарнітура Engravers MT для назви видання, кегль тексту — 48 пунктів.

2.5. Авторська ідея

Авторський задум полягає у створенні макету якісної друкованої студентської газети, що відповідає би запитам аудиторії. Створення газети «Student News» має кілька ключових цілей:

1. Інформація:

- надати студентам доступ до актуальних новин та інформації, що стосується їхнього життя та навчання;
- охоплювати широкий спектр тем, які цікавлять студентів, таких як освіта, наука, культура, спорт, політика, розваги тощо;
- публікувати статті, що стимулюють до критичного мислення, дискусій та активної участі у житті університету та суспільства.

2. Спільнота:

- створити платформу для спілкування та обміну думками між студентами;
- об'єднати студентів з різних факультетів і спеціальностей;
- заохочувати студентів до творчості та самовираження через публікацію своїх статей, фотографій, ілюстрацій тощо.

3. Освіта:

- доповнювати навчальний процес, надаючи студентам додаткові знання та навички;
- розширювати кругозір студентів та знайомити їх з різними точками зору;
- розвивати навички медіаграмотності та критичного аналізу інформації.

4. Розвиток:

- сприяти розвитку активної студентської позиції та громадянської свідомості;

- заохочувати студентів до участі в університетському самоврядуванні та суспільному житті;

- підтримувати талановитих студентів і надавати їм можливість публікувати свої роботи.

5. Вплив:

- стати авторитетним джерелом інформації для студентів і викладачів університету;

- зробити вплив на життя університету та його навколишньої громади;

- залишити позитивний слід в історії університету.

Обґрунтування назви. Великий вплив на аудиторію має найменування продукту. Назва повинна бути короткою та влучною для швидкого запам'ятовування. Пропонований газета має назву «Student News». Назва газети має декілька вдалих аспектів, які роблять її ефективною для цільової аудиторії студентів:

1. Простота та зрозумілість. Назва чітко й лаконічно описує зміст газети, не потребуючи додаткових пояснень. Це робить її легкою для запам'ятовування.

2. Цільова аудиторія. Назва чітко вказує на цільову аудиторію газети — студентів. Це робить її більш релевантною та цікавою для цієї групи читачів, адже вони очікують знайти в газеті теми, які стосуються їхнього життя та навчання.

3. Інформативність. Назва дає нам загальне уявлення про те, що можна очікувати від газети. Вона свідчить про те, що газета буде містити новини та інформацію, що цікавить студентів.

4. Гнучкість. Назва «Student News» є досить гнучкою, адже її можна використовувати для опису широкого спектру тем, які можуть бути цікавими для студентів. Це дозволяє газеті охоплювати широкий спектр тем, не обмежуючись лише однією конкретною тематикою.

5. **Позитивний імідж.** Назва має позитивний і динамічний імідж, який може зацікавити студентів. Вона асоціюється з актуальними подіями, новими знаннями та активним студентським життям.

6. **Унікальність.** Назва «Student News» є досить унікальною, що робить газету легкою для розпізнавання та відрізняє її від інших видань.

Загалом, назва «Student News» є ефективною для цільової аудиторії студентів. Вона чітко описує зміст газети, легко запам'ятовується, асоціюється з позитивними образами та має потенціал для розширення аудиторії.

Сенс. Творчий проєкт «Student News» покликаний дати студентам платформу для отримання інформації, вираження своїх думок та участі у житті навчального закладу та суспільства.

2.6. Особливості аудиторії

Згідно ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» читацькою адресою називають характеристику видання, за якою виокремлюють групу читачів (за віком, родом занять, рівнем освіти, спеціальністю тощо), яким воно призначене.

Друкована газета «Student News» розрахована на юнацьку аудиторію, а саме на студентську спільноту. Аудиторія газети «Student News» — це студенти віком від 16 до 25 років, які навчаються у закладах вищої освіти України.

Ключові характеристики аудиторії газети «Student News»:

1. **Вік.** Ця вікова група характеризується цікавістю до нового, прагненням до самопізнання та самовираження, формуванням власних поглядів і цінностей.

2. **Навчання.** Студенти — це активні учасники навчального процесу, які цікавляться новинами університету, можливостями стипендій та грантів,

науковими дослідженнями, інноваційними методами навчання, стажуваннями та працевлаштуванням.

3. **Інтереси.** Студенти мають широкий спектр інтересів, які охоплюють культуру та розваги, спорт, політику та суспільство, здоров'я та здоровий спосіб життя, психологію, стосунки тощо.

4. **Спосіб життя.** Студенти ведуть активний спосіб життя, багато часу проводять в Інтернеті, користуються соціальними мережами, читають новини онлайн.

5. **Потреби.** Студентам потрібна інформація, яка буде їм корисною та цікавою, допоможе у навчанні, розвитку особистості, самовизначенні та плануванні майбутнього.

РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ І ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ

Для створення макету друкованої газети «Student News» було використано професійну програму для верстки та макетування «Adobe InDesign» — це програма для професійного настільного видавництва та макетування сторінок. Вона використовується для створення широкого спектру друкованих та цифрових макетів, таких як: брошури, журнали, газети, книги, плакати та листівки.

Для роботи з цифровими фотографіями було застосовано програми «Adobe Photoshop Lightroom», «Adobe Photoshop». «Adobe Photoshop Lightroom» — це потужний інструмент для фотографів, який поєднує в собі функції управління бібліотекою зображень і професійне редагування. «Adobe Photoshop» — це індустріальний стандарт для редагування зображень, потужний графічний редактор. Для створення та редагування векторної графіки використано програму «Adobe Illustrator» — це графічний редактор, що надає можливість створювати масштабовані зображення без втрати якості.

Для створення візуального контенту (колажів, інфографік, декоративних елементів, текстових публікацій) використано платформи «Adobe Photoshop Express», «Canva», «Crello». «Adobe Photoshop Express» — це безкоштовний мобільний додаток для креативного редагування фотографій. «Canva» — це програма графічного дизайну для створення візуального контенту. «Crello» — це онлайн-сервіс для створення візуального контенту, який надає користувачам можливість легко та швидко розробляти різноманітні графічні матеріали.

Для планування контенту використаний інструмент «Contently» — це платформа планування контенту, спеціально розроблена для команд. Вона має ряд функцій, які роблять її ідеальною для цього, наприклад, календар контенту, інструменти схвалення та платформа розподілу.

Для створення текстових публікацій використана програма Google Docs — безкоштовний онлайн-текстовий процесор, що входить до складу офісного

пакету Google Workspace. Він дозволяє створювати, редагувати та спільно працювати над документами у веб-браузері з будь-якого пристрою. Основні можливості Google Docs:

- створення та редагування документів;
- форматування тексту та абзаців;
- співпраця в режимі реального часу;
- коментарі та чат;
- інтеграція з іншими сервісами Google;
- збереження та доступ. Документи зберігаються автоматично в хмарному сховищі Google Drive, що забезпечує доступ до них з будь-якого пристрою.

Для організації часу редакційної команди та планування використаний онлайн-сервіс Google Calendar. Основні можливості програми:

- створення та управління подіями;
- різні способи перегляду календаря;
- запрошення на зустрічі;
- функція нагадування;
- інтеграція з іншими сервісами Google;
- доступність з будь-якого пристрою.

Для зберігання публікацій і випусків газети використане безкоштовне хмарне сховище Google Drive. Основні можливості програми:

- зберігання файлів;
- доступність з будь-якого пристрою;
- синхронізація файлів;
- спільна робота;
- зручний пошук файлів;
- безпека.

Для створення анкети щодо ефективності творчого проєкту ми використали безкоштовний онлайн-інструмент Google Forms. Він дозволяє

створювати опитування, анкети та форми збору інформації. Він є частиною пакета Google Workspace і тісно інтегрується з іншими сервісами Google.

Основні заплановані технічні параметри для друку створеної газети «Student News»:

Вид видання — періодичне видання, яке випускається 1 раз на місяць.

Формат газети — 60×84/8.

Формат готової продукції — 210×300 мм.

Спосіб друку — офсетний.

Обсяг видання — 32 с.

Тираж (наклад) — 1000 примірників.

Фарбовість — повноколірне видання.

Для реалізації проєкту та перетворення його у продукт, потрібно придбати ліцензовані програми «Adobe InDesign», «Adobe Photoshop Lightroom», «Adobe Photoshop», «Adobe Illustrator». Для функціонування друкованої газети видання потрібно випускати з періодичністю 1 раз на місяць з новими публікаціями.

ВИСНОВКИ

Ми вважаємо, що студентська газета є цінним ресурсом для студентської спільноти, адже має низку переваг:

1. Інформування. Газета може інформувати студентів про події, що відбуваються в кампусі, місцевій громаді та світі загалом.
2. Освіта. Газета може публікувати статті на різні теми, що може допомогти студентам розширити свої знання та кругозір.
3. Залучення. Газета може сприяти почуттю спільноти та залучення серед студентів, надаючи їм платформу для висловлення своїх думок та ідей.
4. Розвиток навичок. Робота над студентською газетою може допомогти студентам розвинути свої навички письма, редагування, дизайну та спілкування.
5. Лідерство. Газета може надати студентам можливість розвинути свої лідерські навички, беручи на себе відповідальні ролі в редакційній команді.

Проте створення успішної студентської газети потребує ретельного планування та виконання:

- визначення цільової аудиторії;
- створення якісного контенту;
- забезпечення різноманітності;
- ефективне управління;
- фінансування;
- маркетинг.

Для оцінки ефективності розробки газети «Student News» ми провели анкетування. Прогноз реакції аудиторії на творчий проєкт є схвальним, про що свідчить проведене опитування. За допомогою онлайн-сервісу Google Forms створено анкету (Додаток А, рис. 1–3). В опитуванні представлені запитання про вік, стать, якість дизайну та контенту газети, кількість респондентів — 20 (40 % чоловіча стать, 60 % — жіноча; вікова категорія — до 20 років опитано

40 %, більше 20 років — 50 %, більше 40 років пройшли анкетування 10 %) (Додаток Б, рис. 1–2). Запитання презентовані в анкетуванні:

Якість контенту газети «Student News» 45 % респондентів оцінили по шкалі 9 з 10 балів, 25 % — 8 з 10, 20 % — 7 з 10.

Дизайн і візуальне оформлення студентської газети 40 % респондентів оцінили по шкалі 8 з 10 балів, 25 % — 9 з 10, 25 % — 7 з 10.

Респонденти (90 %) вважають, що висвітлена інформація у газеті «Student News» має практичне значення.

На думку 90 % опитаних, змістове наповнення у газеті відповідає запитам читацької аудиторії.

Розробка нового макету студентської газети є ефективною і відображає сучасний молодіжний погляд на пресу ЗВО, адже 85 % респондентів надали ствердну відповідь.

Детальніші результати анкетування представлені у вигляді діаграм в Додатку Б (рис. 1–7).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вербовий Р. М. Дослідження елементів композиційно-графічного комплексу сучасного українського молодіжного журналу. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2018. Вип. 38. С. 47–56.
2. Видавнича справа і технічне редагування : методичні рекомендації до лабораторних робіт для студентів спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» першого (бакалаврського) рівня / уклад. Т. Ю. Андрющенко. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 95 с.
3. Газети. Технічні умови : СОУ 22.2-02477019-03:2005. [Чинний від 2006-01-01]. Львів : УНДІПП ім. Т. Г. Шевченка, 2015. 48 с.
4. Городок М., Герасимчук С., Микитюк Ю. Засоби масової інформації і політика. URL: https://iri.org.ua/sites/default/files/resources/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8%20%D0%97%D0%9C%D0%86%20%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_0.pdf (дата звернення: 04.06.2024).
5. Гула Є. П. Проблеми композиційного формоутворення в дизайні періодичних видань. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2015. № 1. С. 85–90.
6. Долик К. М., Павлик А. Й. Шляхи збільшення популярності періодичної преси. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/80501198.pdf> (дата звернення: 05.05.2024).
7. ДСТУ 4489-2004. Видання книжкові та журнальні. Вимоги до форматів. К. : Держстандарт України, 2006. 12 с.
8. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Чинний від 01-07-2016. К. : Держстандарт України, 2015. 48 с.
9. ДСТУ 8302:2015. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання / Нац. стандарт України.

Вид. офіц. Уведено вперше; чинний від 2016-07-01. К. : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 16 с.

10. Думанецька В. А. Специфіка періодичних видань західного та східного регіонів України. *Обрії друкарства*. 2014. № 1 (3). С. 242–253.

11. Йордан Г. Основні архітектонічні складові друкованої газети. *Медіапростір*. 2017. Вип. 10. С. 37–43.

12. Крайнікова Т. С. Культура видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів : навчальний посібник. К. : Інститут журналістики, 2021. 156 с.

13. Кулик В. Тематична і жанрова структура українського газетного дискурсу. URL: <http://surl.li/tohbb> (дата звернення: 05.05.2024).

14. Миронюк Д. І. Концепція видання — в умовах виживання. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 19, Т. 2. С. 174–176.

15. Мудра І. М., Кіца М. О. Додатки до газет: види та перспективи. *Наукові записки*. 2017. Вип. 2 (55). С. 294–298.

16. Недопитанський М. І. Сучасна українська періодика: типологічний аспект. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1553> (дата звернення: 04.06.2024).

17. Портал української книжкової індустрії. URL: <http://uabooks.info>. (дата звернення: 05.05.2024).

18. Слободянюк А. В., Крекотень Є. Г. Роль періодичного видання (газети) у сучасному українському суспільстві. URL: <http://surl.li/tohbg> (дата звернення: 05.05.2024).

19. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас-медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII–XX ст.). Підручник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Міжнародний науково-освітній консорціум імені Люсьєна Февра, 2018. 156 с.

20. Студентська газета «Студентінформ» (Student newspaper). URL: <https://fpk.in.ua/students/student-newspaper> (дата звернення: 05.05.2024).
21. Тимошик М. С. Особливості редагування текстів для газет, журналів, рекламних та інформаційних видань : текст лекції. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1227> (дата звернення: 05.05.2024).
22. Швецова-Водка Г. М. Типологія книги : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів культури і мистецтв. К. : Книжкова палата України, 1999. 68 с.
23. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. № 2 (51). С. 351–359.
24. StudPOL — Студентська газета Національного університету «Запорізька політехніка». URL: <https://zp.edu.ua/studpol> (дата звернення: 05.05.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Google-форма (анкета) для визначення ефективності творчого проєкту «Student News»

Анкетування для визначення ефективності розробки макету студентської газети "Student News"

Запрошуємо Вас взяти участь в опитуванні, метою якого є визначення ефективності розробки макету студентської газети 'Student News'. Серед запропонованих запитань оберіть варіант відповіді, який найбільше відповідає Вашій думці. Анкетування анонімне. Дякуємо за участь в опитуванні.

Вкажіть Ваш вік: *

- ☐ до 20 років
- ☐ більше 20 років
- ☐ більше 40 років

Вкажіть Вашу стать: *

- ☐ Жіноча
- ☐ Чоловіча

Рис. 1. Анкетування для визначення ефективності творчого проєкту «Student News»

Продовження Додатку А

Оцініть якість контенту газети "Student News". *

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Оцініть дизайн і візуальне оформлення газети. *

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Вкажіть чи висвітлена інформація у газеті має практичне значення: *

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Не знаю

Рис. 2. Анкетування для визначення ефективності творчого проекту
«Student News»

Продовження Додатку А

Вкажіть чи змістове наповнення у газеті відповідає запитам читацької аудиторії:

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Не знаю

Вкажіть чи новий макет студентської газети відображає сучасний молодіжний погляд на пресу ЗНО:

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Не знаю

Надіслати

Очистити форму

**Рис. 3. Анкетування для визначення ефективності творчого проєкту
«Student News»**

Діаграми з результатами опитування

Вкажіть Ваш вік:

20 відповідей

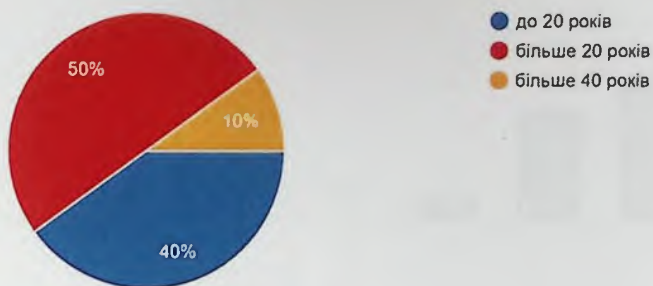


Рис. 1. Результати опитування у вигляді діаграми

Вкажіть Вашу стать:

20 відповідей

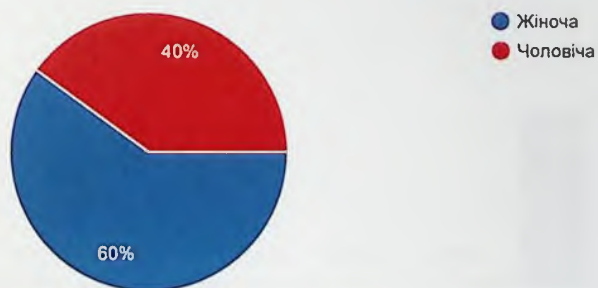


Рис. 2. Результати опитування у вигляді діаграми

Продовження Додатку Б

Оцініть якість контенту газети "Student News":

20 відповідей

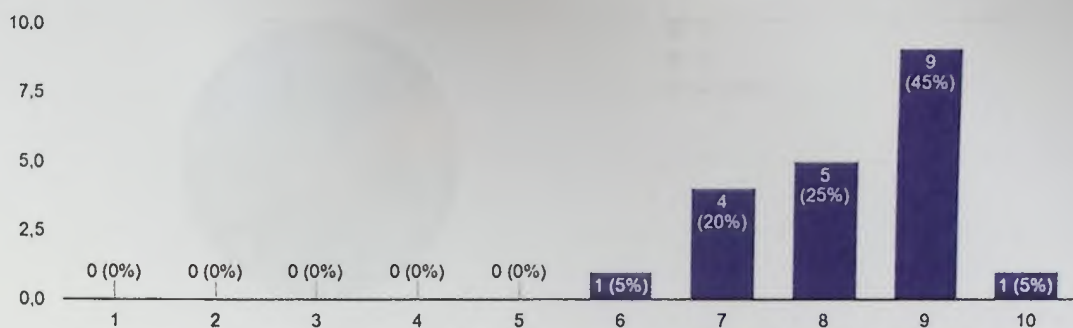


Рис. 3. Результати опитування у вигляді діаграми

Оцініть дизайн і візуальне оформлення газети:

20 відповідей

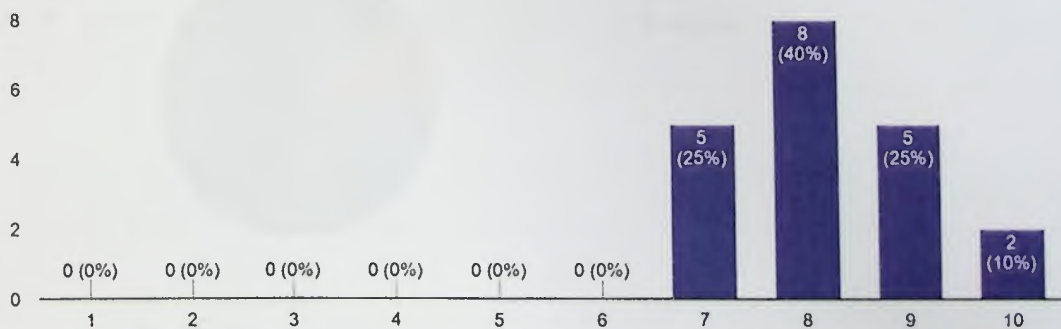


Рис. 4. Результати опитування у вигляді діаграми

Продовження Додатку Б

Вкажіть чи висвітлена інформація у газеті має практичне значення:

20 відповідей

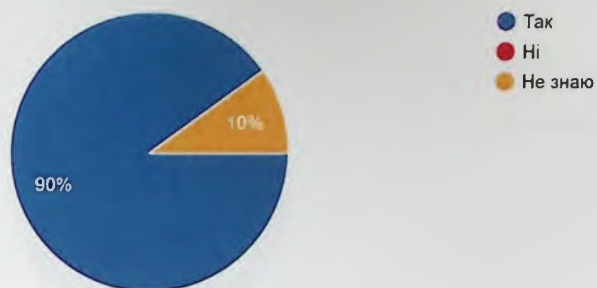


Рис. 5. Результати опитування у вигляді діаграми

Вкажіть чи змістове наповнення у газеті відповідає запитам читацької аудиторії:

20 відповідей

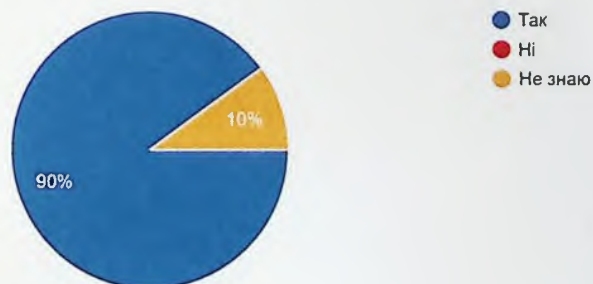


Рис. 6. Результати опитування у вигляді діаграми

Продовження Додатку Б

Вкажіть чи новий макет студентської газети відображає сучасний молодіжний погляд на пресу ЗВО:

20 відповідей

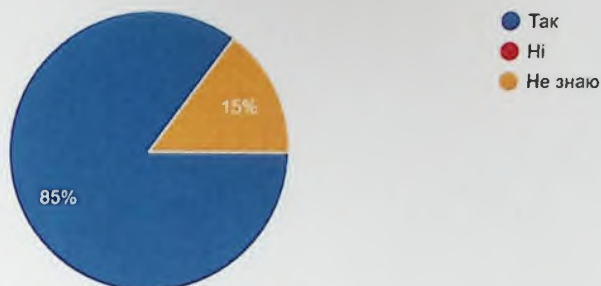


Рис. 7. Результати опитування у вигляді діаграми