

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ**



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан філологічного
факультету

Юрій БІДЗІЛЯ Юрій БІДЗІЛЯ
« *07* » *липень* 2024 року

ЛІТЕРАТУРНЕ РЕДАГУВАННЯ В ЗМК

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Реклама та зв'язки з громадськістю
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова навчання	українська

Ужгород 2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Літературне редагування в ЗМК» для здобувачів вищої освіти галузі знань **06 Журналістика** спеціальності **061 Журналістика** освітньої програми «**Реклама та зв'язки з громадськістю**».

Розробник: *Гецько Ганна Іванівна*, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».


Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні **кафедри журналістики**

Протокол № 12 від 27 червня 2024 року

Завідувач кафедри  Євген СОЛОМІН

Схвалено науково-методичною комісією **філологічного факультету**.

Протокол № 9 від 28 червня 2024 року

Голова науково-методичної комісії  Галина ШКУРКО

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Розподіл годин за навчальним планом	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС – 4	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	4-й	4-й
Кількість модулів – 2	Семестр:	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 4	7-й	7-й
	Лекції:	
	–	–
	Практичні (семінарські):	
	–	–
Вид підсумкового контролю: екзамен	Лабораторні:	
	60 год.	18 год.
Форма підсумкового контролю: усна	Самостійна робота:	
	60 год.	102 год.

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Літературне редагування в ЗМК» є набуття студентами професійних умінь і навичок редагування текстів з реклами та піару; формування розуміння специфіки редакторської роботи з урахуванням особливостей цільових аудиторій, каналів комунікації, позиціонування, мотивів споживацької поведінки; вироблення навичок самостійного застосування найбільш поширені методики для створення рекламного та PR-тексту.

Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціальнокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

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

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

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

СК02. Здатність формувати контент та створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт. Здійснювати медіапланування PR-кампанії, застосовувати технології вебпросування.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовою вивчення навчальної дисципліни «Літературне редагування в ЗМК» є опанування навчальної дисципліни ОК12 Медіатекстознавство.

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Відповідно до освітньої програми «Реклама та зв'язки з громадськістю» вивчення навчальної дисципліни повинно забезпечити досягнення здобувачами вищої освіти таких програмних результатів навчання (ПР):

Програмні результати навчання	Шифр ПР
Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.	ПР01
Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.	ПР02

Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.	ПР03
Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.	ПР07
Створювати медіапродукт у галузі реклами та зв'язків з громадськістю на задану тему, визначеного формату, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	ПР15

Очікувані результати навчання, які повинні бути досягнуті здобувачами освіти після опанування навчальної дисципліни «Літературне редагування в ЗМК»:

Очікувані результати навчання з дисципліни	Шифр ПР
Здобувач вищої освіти вміє ефективно застосовувати відповідні рекламні та PR-терміни і поняття для розуміння, пояснення, розробки виробничих дій, спрямованих на оприлюднення цільовій аудиторії.	ПР01
Володіє комплексом знань та навичок із основ редагування рекламного та PR-текстів, необхідних для створення власного чи оцінювання чужого інформаційного продукту, колективної інформаційної акції.	ПР02
Здатен на основі здобутих з теорії редагування рекламного та PR-текстів системи знань науково аналізувати, пояснювати, оцінювати, вдосконалювати інформаційний продукт / рекламний текст / PR-текст.	ПР03
Здатен ефективно співпрацювати з колегами при редагуванні рекламних чи PR-текстів, має навички організації та керівництва груповими проектами з редагування рекламного / PR продукту.	ПР07
Уміє ефективно застосовувати знання з редагування текстів для створення якісного рекламного / PR продукту різного формату, жанру, тематичного спрямування з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.	ПР15

5. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання результатів навчання з дисципліни «Літературне редагування в ЗМК» є: екзамен, модульні контрольні роботи, поточне оцінювання на заняттях; усна чи письмова відповідь на лабораторному занятті; презентації; виконання тестових завдань; створення, редагування рекламних та PR-текстів.

Під час вивчення дисципліни використовуються такі *методи*: словесні (пояснення, навчальні дискусії), візуальні (презентації), проблемно-пошукові (аналіз рольових ситуацій), індуктивні та дедуктивні, інтерактивні (групові проекти, дискусії).

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усна або письмова, що включає: групове та індивідуальне опитування; виконання практичних завдань; презентації; тестування; створення та редагування рекламних та PR-текстів.

Форма модульного контролю: письмова модульна контрольна робота.

Форма підсумкового семестрового контролю: усний екзамен; підсумкова екзаменаційна оцінка може бути виставлена за поточного оцінювання – за сумою балів, набраних здобувачем на лабораторних заняттях і під час модульної контрольної роботи. Сума балів за всі види робіт визначається в межах 100 балів.

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (Модуль 1)

Поточне оцінювання та самостійна робота										Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	40	100
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6		

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти (Модуль 2)

Поточне оцінювання та самостійна робота									Модульна контрольна робота	Сума
T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18		40	100
7	7	8	8	8	8	7	7			

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1		Модуль 2	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Лабораторні заняття (перевірка засвоєння теоретичного матеріалу)	15	20	15	20
Редагування рекламних та PR-текстів	10	20	10	20

Створення рекламних PR-текстів.	та	2	10	2	10
Презентація		2	10	2	10
Модульний контроль		1	40	1	40
Разом			100		100

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Модульний контроль є необхідним елементом модульно-рейтингової технології навчального процесу. Модульна контрольна робота з навчальної дисципліни «Літературне редагування в ЗМК» проводиться два рази на семестр, згідно з розкладом модульних контролів. До модульної контрольної роботи допускаються здобувачі, які виконали всі види лабораторних завдань. До початку модульної контрольної роботи студенти мають мати поточні підсумкові бали за лабораторні заняття.

Виконання модульної контрольної роботи передбачає надання відповідей на тести, здійснення редакторського аналізу та створення рекламного та PR-текстів. Загалом робота складається з 10 завдань: трьох тестів (по 1 бали), чотирьох завдань із редагування та редакторського аналізу (6 балів, 6 балів, 6 балів, 5 балів), трьох завдань на створення рекламного та PR-текстів (6 балів, 5 балів, 3 бали). Максимальна кількість балів, одержаних під час модульної контрольної роботи, становить 40 балів.

Перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумкове оцінювання здійснюється на основі модульного контролю та роботи студента на лабораторних заняттях. Загальна кількість балів, яку може отримати студент – 100 балів. Вони досягаються шляхом сумування результатів і виведення середнього арифметичного за всі види робіт – $(100+100) : 2$. Отримані бали переводяться також в оцінку за чотирибальною національною шкалою.

Якщо здобувач у підсумку набрав 60 і більше балів, то іспит може бути виставлений за результатами поточного оцінювання та модульного контролю. Якщо ж він бажає поліпшити свою оцінку, то складає іспит за всією програмою навчальної дисципліни.

Оцінку «відмінно» (90–100, А) заслуговує здобувач, котрий всебічно, системно і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом; вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях; засвоїв основну й ознайомлений з додатковою літературою, яка рекомендована програмою; засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває; вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію; самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

Оцінку «добре» (82–89, B) заслуговує здобувач, котрий повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання в достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях; має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування; під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу.

Оцінку «добре» (74–81, C) заслуговує здобувач, котрий у загальному роботу виконав, але відповідає на запитання з певною кількістю помилок; вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність; опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою.

Оцінку «задовільно» (64–73, D) заслуговує здобувач, котрий знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії; виконує завдання непогано, але зі значною кількістю помилок; ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою; допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення;

Оцінку «задовільно» (60–63, E) заслуговує здобувач, котрий володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

Оцінку «незадовільно» (35–59, FX) виставляється здобувачеві, котрий виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань;

Оцінку «незадовільно» (0-34, F) виставляється здобувачеві, котрий володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім; допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою; не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи здобувача протягом семестру.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Шкала ECTS	Диференційована шкала	Недиференційована шкала	Мінімальний бал – максимальний бал
A	Відмінно	Зараховано	90–100
B	Добре		82–89
C	Добре		74–81
D	Задовільно		64–73
E	Задовільно		60–63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35–59
F	Незадовільно		0–34

6. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

6.1. Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Тема 1. Сутність та зміст редагування.

Поняття редагування. Предмет та основні завдання редагування. Різновиди редагування. Критерії творчості в процесі редагування. Порівняльний аналіз функцій рерайтера, копірайтера, редактора, коректора.

Тема 2. Історія літературного редагування.

Історія розвитку редагування. Періоди й етапи розвитку редагування. Становлення редагування в Україні. Редакторські традиції у світовій культурі.

Тема 3. Літературний редактор і текст.

Текст як основний об'єкт редакційного аналізу. Робота редактора над змістом, темою твору. Завдання редактора при роботі з фактологічним матеріалом. Усунення фактичних помилок. Поняття про редакторське читання тексту. Функції редактора у комунікаційній кампанії.

Тема 4. Перші українські редактори.

Охарактеризувати напрацювання і внесок у розвиток видавничої справи і редагування таких редакторів: Степан Дропан, Франциск Скорина, Іван Федорович (Львів, Острог), Василь Малюшицький (Острог), Іов Княгиницький (Острог, Дермань), Деміан Наливайко (Дермань), Герасим Смотрицький (Острог), Лаврентій Зизаній (Києво-Печерська лавра), Памво Беринда (Києво-Печерська лавра), Тарасій Земка (Києво-Печерська лавра), Лазар Баранович (Києво-Могилянська колегія), Інокентій Гізель (Києво-Могилянська колегія), Кирило-Транквіліон Ставровецький (Львівська братська школа), Теодосій Сафонович (Київський колегіум).

Тема 5. Етапи літературного редагування та їх особливості. Правка тексту.

Передача повідомлень від автора до реципієнта. Якість повідомлень. Редакторський аналіз. Структура об'єкта редагування. Етапи редагування: організація процесу редагування, послідовність роботи редактора над оригіналом. Етап саморедагування, редагування, наскрізного читання тексту. Правка тексту. Види правок авторського оригіналу (правка-вичитування, правка-скорочення, правка-доопрацювання, правка-переробка).

Тема 6. Методики і методи редагування в практиці рекламіста й піарника.

Зміст понять «методика» і «метод». Основні методики редакторського аналізу. Методика аналізу тематичної організації твору. Методика інтерпретації актуальної теми. Методика аналізу розкриття теми. Основні методи редакторського аналізу. Метод фразового членування твору. Метод пофразованого визначення тематичної системи тексту. Метод тематичного прогнозування. Метод моделювання тематичної структури. Метод інтерпретації актуальної теми. Метод корекції розкриття теми.

Тема 7. Норми редагування.

Поняття редакційної норми. Структура норм. Види нормативних баз. Загальні норми редагування.

Тема 8. Конкретні норми редагування: лінгвістичні, композиційні та поліграфічні.

Конкретні норми. Види конкретних норм. Лінгвістичні норми в різних типах рекламних і PR-текстів. Композиційні норми редагування. Особливості поліграфічних норм редагування.

Тема 9. Конкретні норми редагування: інформаційні, логічні та соціальні.

Інформаційні норми у різних типах рекламних і PR-текстів. Особливості редакторського аналізу додержання в тексті законів і норм логічного мислення. Норми редагування понять і тверджень. Усунення логічних помилок. Дотримання соціальних норм у рекламних і PR-текстах.

Тема № 10. Помилки в центрі уваги редактора.

Сучасні підходи до вивчення помилок у мовленні й тексті. Класифікації помилок. Мовні й комунікативно-прагматичні помилки, їх типи, причини виникнення. Співвідношення понять девіація / відхилення, анорматив, помилка (похибка), неточність. Поняття помилкогенна зона, діагностування таких зон у медійних текстах.

Модуль 2.

Тема № 11. Рекламний текст: структура та редагування.

Методика написання рекламного тексту. Вербальна складова рекламного продукту. Критерії оцінки рекламних текстів. Особливості редагування рекламних текстів. Робота редактора з рекламним текстом.

Тема 12. Своєрідність і типологія сучасної друкованої реклами.

Друкована реклама та її види. Особливості пресреклами. Реклама в газеті: специфіка, переваги та недоліки. Реклама в журналі: своєрідність, переваги та недоліки. Схема, правила створення та розміщення реклами в газеті та журналі. Жанри газетно-журнальної реклами.

Тема № 13. Радіореклама: переваги та недоліки.

Поняття про радіорекламу. Переваги та недоліки радіореклами. Загальні та мовні прийоми створення ефективної радіореклами.

Тема № 14. Особливості редагування телевізійної реклами.

Специфіка телевізійної реклами. Основні жанри та форми телевізійної реклами. Сценарій як основа телевізійної реклами, його своєрідність, виражальні засоби, ресурси та види. Літературний, телевізійний та кінематографічний сценарії. Переваги та недоліки телереклами. Правила створення телевізійної реклами.

Тема № 15. Особливості організації реклами в інтернеті.

Загальна схема роботи реклами в інтернеті, її ознаки, плюси та мінуси. Основні види реклами в інтернеті. Особливості редагування рекламних інтернет-повідомлень.

Тема № 16. PR-тексти: структура, оформлення, редагування.

PR-тексти: характеристика та принципи написання. Класифікація PR-матеріалів. Принципи PR-копірайтингу. Сучасні техніки PR-копірайтингу. Комбіновані PR-тексти: медіакит (прескит), буклет, брошура, нюзлеттер, оглядова стаття. Суміжні тексти у структурі PR-діяльності.

Тема № 17. Основні види інформаційних матеріалів, що використовуються для подання у ЗМІ.

Байлайнер. Бекграундер. Біографія. Запитання- відповідь. Заява для ЗМІ. Іміджева стаття. Кейс-історія.

Тема № 18. Пресреліз як сучасна концепція PR-тексту.

Особливості структури й оформлення пресрелізу. Види пресрелізів за функціональним призначенням і терміном подання. Відеореліз.

6.2. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Форма навчання: денна/заочна				
	усього	у тому числі			
		Лекції	Практичні семінарські	Лабораторні	Індивідуальна робота

Модуль 1.						
Тема 1. Сутність та зміст редагування.	4/6			2/2		2/4
Тема 2. Історія літературного редагування.	4/4			2/		2/4
Тема 3. Літературний редактор і текст.	6/4			4/		2/4
Тема 4. Перші українські редактори.	4/6			2/		2/6
Тема 5. Етапи літературного редагування та їх особливості. Правка тексту.	4/8			2/2		2/6
Тема 6. Методики і методи редагування в практиці рекламіста й піарника.	4/6			2/		2/6
Тема 7. Норми редагування.	8/8			4/2		4/6
Тема 8. Конкретні норми редагування: лінгвістичні, композиційні та поліграфічні.	8/6			4/		4/6
Тема 9. Конкретні норми редагування: інформаційні, логічні та соціальні.	8/8			4/2		4/6
Тема 10. Помилки в центрі уваги редактора.	8/8			4/2		4/6
Разом за модуль 1.	58/64			30/10		28/54
Модуль 2.						
Тема 11. Рекламний текст: структура та редагування.	8/8			4/2		4/6
Тема 12. Своєрідність і типологія сучасної друкованої реклами.	8/8			4/2		4/6
Тема 13. Радіореклама: переваги та недоліки.	8/6			4/		4/6
Тема 14. Особливості редагування телевізійної реклами.	8/6			4/		4/6
Тема 15. Особливості організації реклами в інтернеті.	8/8			4/2		4/6
Тема 16. PR-тексти: структура, оформлення, редагування.	8/8			4/2		4/6
Тема 17. Основні види інформаційних матеріалів, що використовуються для подання у ЗМІ.	8/6			4/		4/6
Тема 18. Пресреліз як сучасна концепція PR-тексту.	6/6			2/		4/6

Разом за модуль 2.	62/56			30/8		32/48
Разом за семестр	120/120			60/18		60/102

6.3. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Сутність та зміст редагування.	2	2
2.	Історія літературного редагування.	2	–
3.	Літературний редактор і текст.	4	–
4.	Перші українські редактори.	2	–
5.	Етапи літературного редагування та їх особливості. Правка тексту.	2	2
6.	Методики і методи редагування в практиці рекламіста й піарника.	2	–
7.	Норми редагування.	4	2
8.	Конкретні норми редагування: лінгвістичні, композиційні та поліграфічні.	4	–
9.	Конкретні норми редагування: інформаційні, логічні та соціальні.	4	2
10.	Помилки в центрі уваги редактора.	4	2
11.	Рекламний текст: структура та редагування.	4	2
12.	Своєрідність і типологія сучасної друкованої реклами.	4	2
13.	Радіореклама: переваги та недоліки.	4	–
14.	Особливості редагування телевізійної реклами.	4	–
15.	Особливості організації реклами в інтернеті.	4	2
16.	PR-тексти: структура, оформлення, редагування.	4	2
17.	Основні види інформаційних матеріалів, що використовуються для подання у ЗМІ.	4	–
18.	Пресреліз як сучасна концепція PR-тексту.	2	–
Разом		60	18

6.4. Самостійна робота

№	Назва теми	Кількість годин
---	------------	-----------------

з/п		денна	заочна
1.	<p>✓ У мережі «Інтернет» у рубриці «Пропоную роботу» пошукати на різних сайтах пропозиції щодо вакантних редакційних посад. Зібраний матеріал систематизувати за такими параметрами: а) загальні вимоги; б) професійні вимоги; в) ділові якості; г) умови і час роботи; г) заробітна плата. Які вимоги ви ще б додали? Що вам, як фахівцю, бракує для отримання цієї вакантної посади.</p> <p>✓ Порівняти погляди українських науковців (З. Партика, Н. Зелінської, В. Різуна, А. Капелюшного) щодо трактування завдань редагування. Зробити самостійні висновки у вигляді презентації.</p>	2	4
2.	<p>✓ Підготувати доповідь з презентацією на одну з тем:</p> <p>а) Особливості функціонування редагування як науки;</p> <p>б) Київська школа редагування: засновник та особливості функціонування;</p> <p>в) Львівська школа редагування: представники та особливості функціонування;</p> <p>г) Внесок відомих українців у розвиток редагування (О. Потебня, П. Куліш, В. Кричевський, М. Макаренко та ін.).</p> <p>✓ Записати радіопрограму на тему «Іван Огієнко і його погляди на роботу редактора».</p> <p>✓ Проаналізувати статтю Харчук О.В. <i>Історія редагування в Україні – українська рукописна книга</i> (URL: https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/5863). Зробити висновок щодо мети втручання редактора (упорядника, перекладача, переписувача) в текст.</p>	2	4
3	<p>✓ Скласти фрагмент (80-100 слів) посадової інструкції, який міститиме докладний опис обов'язків з редагування рекламних та PR-текстів.</p> <p>✓ Проаналізувати кілька рекламних оголошень. Зробити висновок щодо змістового наповнення, фактажу, цільової аудиторії, завдань, ролі вербальних і невербальних компонентів, засобів привернення уваги.</p>	2	4
4.	<p>✓ Підготувати презентацію про одного з відомих українських редакторів (на вибір студента).</p> <p>✓ Записати і опублікувати рилз (тривалість 1 хв.) з метою привернення уваги аудиторії до роботи українських редакторів.</p>	2	6
5.	<p>✓ Здійснити творче редагування інформаційного тексту (на вибір студента), з метою перетворити його на рекламне оголошення.</p>	2	6

✓ **Відредагувати** запропонований текст, **використати** найбільш прийнятний для нього різновид правки, **обґрунтувати** свій вибір.

РОБИТИ ДОБРО ЛЕГКО: БЛАГОДІЙНИЙ ТВОРЧИЙ ВЕЧІР У РАХОВІ

Вчора, 29 листопада у місцевій кав'ярні «Coffee Room» (вул. І. Франка, 24) відбувся благодійний творчий вечір. Гості могли насолодитися живою музикою та послухати авторську поезію.

Вхід на захід коштував 50 гривень. Всі зібрані кошти за вечір організатори віддадуть на благодійність. Перше, що кидається у вічі - велика кількість відвідувачів. І це вже не лише учасники заходу та їхні друзі, а й нові люди. Люди, які у дощовий вечір п'ятниці не полінувалися прийти на благодійний творчий вечір «Мрій!».

Учасників, як завжди, багато. І всі такі різні, такі самобутні. Починається вечір під звуки гітари Олександра Форкоша та спів Олі Ворохти. Далі Василь Приходько та Іван Баранюк декламують свої власні вірші, а

Денис Любашевський - авторську музику.

До виступу також долучається голова Костилівської сільської ради Інна Савляк. Вона говорить про те, який захват викликав у неї благодійний вечір. Пані Інна звертається до молоді та до організаторів зі словами подяки за те, що вони розвивають Рахів та допомагають тим, хто потребує допомогу.

Наступною виступає Олеся Волощук - керівниця дитячого зразкового колективу «Юність». Вона читає гуцульські вірші Оксани Йонаш-Тодер - відомої в нашому краї поетеси.

Знову починається музична частина. І до співу береться Катя Беркела, яка виконує декілька сучасних українських пісень під акомпанемент гітари

Івана Баранюка. Вечір підходить до завершення. Свої слова подяки говорить організатор заходу Василь Приходько, а згодом до нього долучається і сам власник «Coffee Room» - Іван Кудрич. «Ми раді, що ви підтримали нас... - каже пан Іван. - У нас в кожного все добре, так? Ми можемо жалітися на різні речі, але в других людей пораз того і немає, що в нас. Безмежно дякуємо вам!».

Загалом, за благодійний творчий вечір було зібрано 1618 гривень. Ці гроші підуть на те, щоб купити необхідні речі для людей, які мешкають в будинку престарілих в смт. Ясіня.

Організатори кажуть, що ще протягом всього наступного тижня ті, хто хоче долучитися до благодійності, можуть приносити свої пожертви у кав'ярню (вул. І. Франка, 24). Прийматимуть не лише гроші, а й теплий одяг, засоби гігієни, ліки, фрукти та солодоці.

	<p><i>Словами важко передати атмосферу вечора, тому переглядайте фото та відео!</i></p> <p>✓ Ви отримали авторський текст (інформаційний, рекламний, PR) від свого однокласника. Ваше завдання — зробити редакторський аналіз з огляду на: стан авторського оригіналу; глибину розкриття теми, міру втілення авторського задуму; можливості поширення і просування.</p>		
6.	<p>✓ Здійснити редагування тексту, призначеного для особистої PR-промови замовника-політика перед студентською аудиторією.</p> <p>✓ Обрати для аналізу рекламний чи PR-текст (на вибір студента). Відредагувати його. Визначити: методи і методики, які залучали при редагуванні; прийоми, якими ви користувалися при роботі з текстом.</p>	2	6
7.	<p>✓ Відредагувати зверстаний текст (на вибір студента) з урахуванням загальних норм і норм безмакетного верстання.</p> <p>✓ Обрати будь-який рекламний чи PR-текст відомого бренду (на вибір студента). Здійснити його аналіз та відредагувати.</p>	4	6
8.	<p>✓ Обрати один PR-текст (на вибір студента). Проаналізувати дотримання у ньому композиційних та лінгвістичних норм редагування. За потреби, внести правки і відредагувати.</p> <p>✓ Проаналізувати рекламне оголошення. Здійснити редагування тексту відповідно до лінгвістичних, композиційних та поліграфічних норм.</p> <p>На роботу потрібні журналісти!</p> <p><i>Ми бачимо в людях ідеї, тому цінуємо і шукаємо співробітників, орієнтованих саме на ідейність, натхненність і любов до своєї професії.</i></p> <p>Ми шукаємо Людину, яка</p> <p><i>шукатиме теми для інформаційних сюжетів, відстежуватиме поточні події в світі та узгоджуватиме теми з керівником; знаходитиме новини у внутрішніх і зовнішніх інформаційних джерелах; братиме інтерв'ю, коментарі, записуватиме аудіо чи відеоматеріали; здатна впоратись з великим новинним потоком, швидко орієнтуватись в новинній тематиці; буде, організованою, пунктуальною, відповідальною, чесною та матиме активну життєву позицію; не боїться розповідати про свої ідеї та знає, як їх реалізувати.</i></p> <p>Ми пропонуємо:</p> <p><i>необхідну техніку для роботи; сучасний та комфортний офіс в центрі міста ;</i></p>	4	6

	<p>роботу в молодій компанії, що слідує за трендами, цінує ідеї співробітників і розвивається разом з ними.</p> <p>Ви зрозуміли, що ми шукаємо саме Вас? - не гайте часу, ТЕЛЕФОНУЙТЕ: 067-31-28-180</p>		
9.	<p>✓ Відредагувати запропоновані речення, пояснити причини порушення логіки викладу.</p> <p>А) Найпопулярніше жіноче ім'я в Україні — Софія. На тисячу новонароджених дівчаток з'являється у середньому 100 Софій. Це ім'я найпопулярніше вже п'ять років поспіль. Так само популярні Ангеліна, Марія, Катерина.</p> <p>Б) Виступивши на конференції, у мене з'явилося багато однодумців.</p> <p>В) Слухаючи цікаві лекції, час збігає швидко й непомітно.</p> <p>Г) Навчаючись в університеті, бібліотека стала для мене рідною домівкою.</p> <p>Ґ) Наведені в цьому розділі факти й узагальнення, зроблені автором самостійно, можуть використовуватися для укладання словника лексичних новацій.</p> <p>Д) Учасники міжнародного наукового форуму відвідали Берлін й Лондон, Великобританію й Китай.</p> <p>Е) Відповідальними за виконання наказу ректором призначені завідувачі кафедр.</p> <p>Є) Вибираючи продукти харчування на полицях супермаркетів, уважно перевіряйте їх терміни придатності.</p> <p>✓ Обгрунтувати запропоновані тези, підшукавши відповідні аргументи та вид міркування.</p> <p>А) Фахівець з реклами та піару повинен володіти навичками роботи на ПК.</p> <p>Б) Закарпаття багате на видатних людей.</p> <p>В) Вищу освіту України необхідно модернізувати.</p> <p>✓ Проаналізувати 5 заголовків рекламних та PR-текстів (на вибір студента). Визначити їх типи та особливості. Запропонувати 3 слогани до вже існуючих брендів.</p>	4	6
10.	<p>✓ Проаналізувати причини двозначності рекламних оголошень. Запропонувати коректніші формулювання. Виправити помилки.</p> <p>А) Виготовляємо теплі шкарпетки з вовни замовника.</p> <p>Б) У зв'язку з ремонтом перукарні укладка жінок проводиться в чоловічому залі. Тимчасово у рентгено-кабінеті робимо лише термінові переломи.</p> <p>В) Виготовляємо поліетиленові пакети за розмірами замовника.</p> <p>Г) Кондитерський цех запрошує на роботу двох чоловік: одного на обгортку, іншого – для начинки.</p> <p>Ґ) Зуби? Наші стоматологи зроблять усе, щоб ви забули про них назавжди!</p>	4	6

	<p>Д) <i>Технічна перерва. Продавець у шаурмі.</i></p> <p>Е) <i>Продається візок для дітей синього кольору.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Знайти в соціальній мережі «Фейсбук» десять рекламних повідомлень з помилками, відредагувати їх. ✓ Проаналізувати усну промову публічної людини (на вибір студента) щодо дотримання норм сучасної української літературної мови. Дібрати правильні відповідники до виявлених помилкових слововживань та конструкцій. 		
11.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Самостійно скласти 10 рекламних слоганів до вже відомих брендів / товарів / послуг. Запропонувати своїм одногрупникам, визначити (згадати) даний бренд / марку товару / послуги (назву фірми) згідно з рекламним слоганом. ✓ Написати рекламний текст, використавши подані терміни: <i>реклама, слоган, зовнішня реклама, вівіска.</i> ✓ Створити рекламне повідомлення соціального характеру, у якому порушується певне соціальне питання, що є актуальним для України. 	4	6
12.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Знайти текст, що надрукований у засобах масової комунікації, але потребує доопрацювання, і відредагувати його (обсяг тексту ≈15 тис. знаків). ✓ Дібрати з друкованих газетних чи журнальних видань (на вибір студента) 10 рекламних текстів, які потребують редагування. Запропонувати способи виправлення помилок. 	4	6
13.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Обрати радіостанцію (на вибір студента), визначити з яким інтервалом у часі транслюється в її ефірі реклама. З'ясувати види реклами, тривалість рекламних блоків, кількість рекламних спотів у блоці. Визначити, якими засобами в рекламі цієї радіостанції досягається емоційний контакт зі слухачами (гумор, шумові ефекти, залучені зірки екрана, варіації на відомі музичні теми, інтерв'ю, рекомендації від відомих людей, авторитетні особистості, стилізовані постійні персонажі тощо). ✓ Створити рекламне повідомлення для радіо в жанрі радіосценки, яке представляє фірму, що спеціалізується на наданні певної послуги. 	4	6
14.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Обрати телеканал, з'ясувати з яким інтервалом у часі транслюється реклама. Визначити її тип. З'ясувати за допомогою яких мовних та аудіовізуальних засобів досягається мета рекламного інформування. ✓ Написати сценарій та записати відеорекламу освітньої програми, на якій навчається. 	4	6
15.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Опрацювати наукову публікацію <i>Мальчик В.М., Адасюк І.П. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості (URL:</i> 	4	6

	<p>https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23590/210488verstka-77-87.pdf). Відповісти на питання: <i>Яка реклама найпоширеніша в інтернеті? Які види інтернет-реклами виділяють: за видами рекламних макетів, за способом поширення, за показом на пристрої, за носієм інформації, за рівнем агресивності, за функціональним призначенням вебсайта, за видами продакт-плейсменту, за геолокацією, за результативністю, за формою оплати? Які переваги та недоліки інтернет-реклами?</i></p> <p>✓ Виявити 5 прикладів медійної реклами в інтернеті. Проаналізувати її, виокремити переваги та недоліки.</p>		
16.	<p>✓ Обрати об'єкт PR. Підготувати для нього 3 власні PR-тексти різних жанрів.</p> <p>✓ Створити один із комбінованих PR-текстів.</p>	4	6
17.	<p>✓ Створити текст документу для ЗМІ (на вибір студента).</p> <p>✓ Написати іміджеву статтю (на вибір студента).</p>	4	6
18.	<p>✓ Переглянути відео «Дія.Бізнес & Bazilik, Лекція 14: Написання пресрелізів від Анни Давиденко». URL: https://www.youtube.com/watch?v=g96USzkK1k</p> <p>✓ Обрати тему, з якої має бути написано пресреліз та мету, яку ви ставите перед собою, готуючи і розсилаючи пресреліз. Підготувати пресреліз із зазначеної тематики. Визначити список ЗМІ, яким передбачено надати цей матеріал. Обґрунтувати своє рішення.</p> <p>✓ Написати пресанонс про подію, яка відбудеться на філологічному факультеті УжНУ.</p>	4	6
Разом		60	102

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ЯКИХ ПЕРЕДБАЧАЄ НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

Обладнання: ноутбук, проектор, підручники, навчальні посібники, мовознавчі словники та енциклопедії.

Програмне забезпечення: ліцензійне програмне забезпечення для персональних комп'ютерів, надане у рамках міжнародного проєкту Erasmus+ KA2 «DESTIN – Журналістська освіта задля демократії в Україні: розробка стандартів, доброчесність та професіоналізм» (<http://destin.uzhnu.edu.ua/home-en/>), сервіси та послуги «Google», «Microsoft Office» (Word, PowerPoint), «Prezi» (Presentation Software), Сайт відділення журналістики (<https://mediadep.uzhnu.edu.ua/>).

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Літературне редагування в ЗМК: навчально-методичний посібник до вивчення курсу (для студентів спеціальності 061 Журналістика ОП «Реклама та зв'язки з громадськістю») / Укл. Г.І. Гецько. Ужгород, 2024. 50 с.
2. Баган М.П. Редагування тексту: посібник для самостійної роботи студентів. Київ, 2022. 49 с.
3. Бондаренко А.І. Лінгвістика рекламного тексту: навчально-методичний посібник. Ніжин: НДУ ім. Миколи Гоголя, 2023. 100 с.
4. Партико З.В. Загальне редагування: нормативні основи: навч. посібник. Вид. 3-тє, переробл. і допов. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 638 с.
5. Партико З.В. Основи редагування: у 2 кн.; 3-тє вид., переробл. і допов. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. Кн. 1 : підручник. 332 с.; Кн. 2 : практикум. 130 с.

Допоміжна література

6. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. Київ: Книга, 2011. 251 с.
7. Арешенкова О. Комунікативно-прагматичні та стилістичні параметри рекламного тексту: монографія. Кривий Ріг: ФОП Маринченко С.В., 2018. 176 с.
8. Білоконенко Л. Мовний аналіз телевізійного рекламного слогана. *Мандрівець*. 2002. № 6. С. 25–26.
9. Булах Т.Д. Специфіка рекламної комунікації у видавничій сфері. *Вісник Харківської державної академії культури*. Серія: Соціальні комунікації. 2017. Вип. 50. С. 308–320.
10. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запиту фахівців: монографія / за заг. ред. В. Г. Горбенко. Київ: Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2019. 272 с.
11. Ганжуров Ю. Основні етапи композиційного редагування. *Вісник Книжкової палати*. 2010. № 2. С. 8.
12. Годунок З.В. Літературне редагування (практикум): навч.-метод. посіб. Острого: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2017. 104 с.
13. Грабовський С. Про особливості національного редагування. *«І»*. 2004. № 32. С. 182–187.
14. Гузенко С.В. Літературне редагування: навч.-метод. посіб. Миколаїв: МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2012. 140 с.
15. Гузенко С.В. Теорія і практика редагування: навч. посіб. Миколаїв: МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2019. 220 с.
16. Заря С.В. Рекламні відеоролики як вид аудіовізуальної продукції. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2016. № 2. С. 94–98.
17. Зелінська Н.В., Огар Е.І., Фінклер Ю.Е., Черниш Н.І. Сучасний редактор: проблеми професійного вишколу. *Поліграфія і видавнича справа*. 2002. Вип. 39. С. 203–209.
18. Зелінська Н.М. Рекламування книжкових видань на сучасному українському телебаченні. *Вісник Львівського ун-ту*. Серія: журналістика. 2013. Вип. 38. С. 277–282.
19. Капелюшний А.О. Редагування в засобах масової інформації: навч. посібник. Львів: ПАІС, 2009. 304 с.

20. Капелюшний А.О. Стилїстика і редагування журналістських текстів. Львів: ПАІС, 2003. 344 с.
21. Кіца М. Тенденції інтернет-реклами в ЗМІ України та зарубіжних країн: порівняльний аспект. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 178–183.
22. Крайнікова Т.С. Коректура в сучасній журналістиці і книговидаванні: сучасний стан, тенденції, проблеми. *Друкарство*, 2003. №3. С. 20–22.
23. Основи реклами та зв'язків із громадськістю: підруч. / за ред. В. Ф. Іванова, В. В. Рїзуна. Київ : Видавничо-полїграфїчний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
24. Павлішина Н.М. Рекламний текст: місце в рекламній комунікації та структура. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 37. С. 363–369.
25. Партико З. Творче редагування та його методи. *Вїсник Книжкової палати*. 2015. № 1. С. 36–42.
26. Пономарів О.Д. Культура слова: Мовностилїстичні поради. Київ: Либїдь, 1999. 240 с.
27. Порпуліт О.О. Редакторський практикум: Навч. посїб. для студ. вищ. навч. закл. Одеса: Чорномор'я, 2009. 240 с.
28. Прихода Я. Редактор у системї соціальних комунікацій. *Вїсник Книжкової палати*. 2011. № 12. С. 18–20.
29. Разумова Г. В., Оскома О.В., Окуневич І.Л. Сучасні інструменти та тенденції розвитку рекламного ринку України. *Науковий вїсник Ужгородського національного університету* : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / редкол.: М. М. Король (голов. ред.), М. М. Палінчак, Я. П. Дроздовський та ін. Ужгород: Видавничий дїм «Гельветика», 2023. Вип. 49. С. 122–126.
30. Реклама: Словник термїнів / Упорядник Р.Г. Іванченко. Київ: Фонд сприяння розвитку книговидавання та преси, 1998. 208 с.
31. Рїзун В. Літературне редагування: Підручник. Київ: Либїдь, 1996. 240 с.
32. Русецька О.Б. Структурна та мовна організація сучасної друкованої реклами. *Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКїМ* / гол. ред. М.С. Тимошик. Ч. 2. Київ: КНУКїМ, 2014. С. 306–311.
33. Серажим К.С. Літературне редагування: навч. посїбник. Київ, 2012. 142 с.
34. Соколова Ю. О., Яблуновська А. Ю. Зростання ролї інтернет-реклами як інструмент рекламного менеджменту. *Держава і регіони: Соціальні комунікації*. 2014. №1–2. С. 214–218.
35. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. Київ: Наша культура і наука, 2005. 326 с.
36. Тимошик М.С. Редакторський аналіз: завдання, зміст, логїчні засади. Київ, 2012. 32 с.
37. Феллер М. Д. Українська школа літературного редагування (текст – задум автора – сприймання читача). *Стиль*. 2002. С. 363–374.
38. Фурманкевич Н. Мовні особливості радіореклами. *Теле- та радіожурналістика*. 2009. Вип. 8. С. 136–143.
39. Хавкіна Л.М. Сучасний український рекламний мїф: монографія. Харків, 2010. 352 с.
40. Хлистун І. Текстові особливості прихованої політичної реклами («джинси») у газетних текстах. *Український інформаційний простір*. 2019. № 1. С. 157–170.
41. Шарманова Н.М. Полїфункціональність рекламних кліше в новїтній медіакомунікації. *Фїлологічні студії: науковий вїсник Криворїзького держ. пед. ун-ту*. 2012. Вип. 8. С. 283–293.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

42. Електронна бібліотека Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/>
43. Львівська національна наукова бібліотека ім. В. Стефаника. URL: <https://www.lsl.lviv.ua/index.php/uk/golovna2/>
44. Наукова бібліотека Ужгородського національного університету. URL: <https://www.lib.uzhnu.edu.ua/>
45. Національна бібліотека України ім. В. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
46. Словник української мови: в 11-ти томах. URL: <https://sum.in.ua/>
47. Словник української мови: у 20-ти томах. URL: <https://sum20ua.com/?wordid=0&page=0>