

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет журналістики
Кафедра української преси

Затверджено

На засіданні кафедри української преси
факультету журналістики
Львівського національного університету імені Івана
Франка
протокол № 1 від 31 серпня 2020 р.

Завідувач кафедри проф. Кость С.А.

Силабус з навчальної дисципліни
«Концепція сучасного періодичного видання»
що викладається в межах ОПШ "ЖУРНАЛІСТИКА" рівня аспірантури
зі спеціальності 061 – журналістика

доц. Ігор Паславський

Львів 2020 р.

**Силабус курсу «Концепція сучасного періодичного видання»
IV семестр II курсу**

Назва курсу	Концепція сучасного періодичного видання
Адреса викладання курсу	Університетська, 1 / Ген. Чупринки, 49
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет журналістики, кафедра української преси
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	06 Журналістика, 061 Журналістика
Викладачі курсу	Паславський Ігор Іванович, кандидат політичних наук, доцент
Контактна інформація викладачів	Електронна адреса, посилання на сторінку викладача, місце знаходження. pais.druk@gmail.com http://journ.lnu.edu.ua/employee/paslavskyy http://journ.lnu.edu.ua/
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю).
Сторінка курсу	
Інформація про курс	Актуальність глибшого та ґрунтовнішого вивчення стану, тенденцій і певних закономірностей розвитку української періодики обумовлена динамічністю інформаційного ринку, зокрема, чільного його сегменту, періодики. Українські пресові видавці перебувають в інтенсивному пошуку нових інформаційних проєктів, реалізація яких дасть їм можливість надійно закріпитись на висококонкурентному медійному бізнесовому ринку, а з соціальних критеріїв – краще задовольнити інформаційні потреби аудиторії.
Коротка анотація курсу	У запропонованому спецкурсі акцентовано увагу на сучасних виданнях журнального та газетного типу, які виходять у світ на районному, місцевому, регіональному та всеукраїнському рівнях. Сфокусовано увагу на складових успіху впливових рейтингових видань.
Мета та цілі курсу	Метою вивчення вибіркової дисципліни є: - формулювання необхідних теоретичних знань і практичних навиків, які дозволяють визначати рейтингові газетні та журнальні періодичні видання України; - встановити фактори та чинники їх успішної діяльності; - моделювати концепцію нових перспективних медійних друкованих проєктів; - економічно обґрунтувати тематичний напрям, структуру та тематику виступів.
Література для вивчення дисципліни	<i>Базова</i> 1. Здоровега В.Й. Теорія та методика журналістської творчості (3-тє видання). – Л., 2008 2. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация: Монография / В. Ф. Иванов. – Киев : Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. – 902 с. 3. Рендол Д. Універсальний журналіст. К. – 2007. 152 с. 4. Паславський І. Місцева офіційна преса: обтяжливе минуле і невиразне майбутнє // Вісник Львівського університету. Сер. Журналістика. – 2007. – Вип.30. – С.242-252. <i>Допоміжна</i> 5. Донсабах В. Зміст, використання та вплив політичної комунікації // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження/ За ред. Р.Блюма, М.Герольд, В.Різуна. – К., 2001.

	<p>6. Паславський І.І Видавничий бізнес: регіональні особливості // МедіаКритика. – 2009. – № 17. – С. 62–69.</p> <p>7. Паславський І. Матеріальна винагорода журналістів: зарубіжний досвід // Українська журналістика в контексті доби: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, 23-24 вересня, 2004, м.Львів / За ред. С.Костя. – Львів, 2004. – С.285-287.</p>
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	48 годин аудиторних занять: з них 32 годин лекцій, 16 годин практичних занять; 42 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні типи друкованих періодичних видань та особливості їх утвердження на інформаційному ринку. <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - окреслювати складові успішної роботи тих редакційних колективів, які досягли високого рівня рентабельності та інформаційні продукти яких домінують на інформаційному ринку; - обґрунтовано моделювати структуру й тематику нових рентабельних друкованих засобів масової інформації.
Ключові слова	<i>газетна періодика, журнальна періодика, інформаційний простір, ринок періодики України</i>
Формат курсу	денний
	Проведення лекцій, лабораторних робіт та консультації для кращого розуміння тем
Теми	<p>Змістовний модуль № 1. Друкована періодика: складові успіху.</p> <p>Тема 1. Газетна періодика – тенденції українського ринку. Питання 1. Щоденні загальнополітичні видання. Питання 2. Тижневик як тип видання. Питання 3. Галузева періодика.</p> <p>Тема 2. Журнальна періодика. Питання 1. "Товсті" журнали: стан та динаміка розвитку. Питання 2. Загальнополітичні видання журнального формату. Питання 3. Іміджова журнальна журналістика.</p> <p>Тема 3. Корпоративна періодика. Питання 1. Фактори появи та утвердження корпоративної періодики. Питання 2. Роль і значення корпоративної періодики. Питання 3. Тенденції розвитку корпоративної періодики.</p> <p>Тема 4. Розважальна журналістика. Питання 1. Передумови становлення і стрімкого розвитку розважальної журналістики. Питання 2. Газетні розважальні проекти. Питання 3. Глянцеві журнальні видання.</p> <p>Тема 5. Газетний ринок та його перспективи. Питання 1. Концепція періодичного видання як прерогатива успішного видавничого проект . Питання 2. Ринок періодики в Україні: фактори, які його визначають. Питання 3. Етапи входження в нові інформаційні ринки. Питання 4. Російські видавничі проекти в Україні: досягнення і прорахунки.</p> <p>Тема 6. Організаціо-структурне та кадрове забезпечення редакційних колективів. Питання 1. Ринкова структура редакційного колективу . Питання 2. Кадрова редакційна політика. Питання 3. Інститут "фрілансерів" і дописувачів.</p>

Підсумковий контроль, форма	іспит письмовий
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з, історії журналістики, теорії та практики української журналістики, зарубіжного журналістикознавства
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Лекції, презентація, колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки, тьюторство, навчальні спільноти і т. д.) проектно-орієнтоване навчання, дискусія. Під час викладання навчального курсу « Концепція сучасного періодичного видання » аспіранти виконуватимуть такі види ІНДЗ – проаналізувати концепцію видання «Український тиждень»; з’ясувати основні фактори стрімкого збільшення рейтингу львівської регіональної газети «Експрес».
Необхідне обладнання	Із урахуванням особливостей навчальної дисципліни. Вивчення курсу може не потребувати використання програмного забезпечення, крім загально вживаних програм і операційних систем.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Відмінно - аспірант добре засвоїв програмний матеріал, грамотно і змістовно викладає його сутність, самостійно мислить і модулює перспективні друковані проекти, посилаючись на опрацьовані наукові джерела. Добре – аспірант в основному засвоїв програмний матеріал, здатний самостійно мислити і спроможний запропонувати певну модель друкованого засобу масової інформації; опрацював і добре орієнтується у спеціальній науковій літературі з даної теми. Задовільно – аспірант частково засвоїв програмний матеріал, запропонована його модель друкованого засобу масової інформації є дискусійною і недостатньо науково обґрунтованою; опрацював спеціальну літературу. Незадовільно – аспірант не виконав зазначених завдань, або виконав окремі з них лише частково.
Питання до заліку чи екзамену	Іспит проходить у формі захисту індивідуального нового медійного проекту, у якому студент пропонує, аргументує, виносить на обговорення та захищає власну концепцію. Параметри концепції нового медійного проекту: 1) назва видання; 2) його інформаційна «ніша» у місті, області, районі; 3) формат видання, у тому числі його колірність; 4) обсяг видання; 5) періодичність виходу у світ; 6) мережа розповсюдження видання; 7) географія розповсюдження нового медійного проекту; 8) штат редакційного колективу (з позиції виробничо-творчих потреб та фінансових можливостей); 9) основні статті прибутку медійного проекту; рекламна політика редакційного колективу; 10) основні статті витрат, шляхи їх зменшення й оптимізації; 11) економічне обґрунтування медійного проекту; 12) планова річна прибутковість медійного проекту.
Опитування	Анкету-оцінку для оцінювання якості курсу буде надано після завершення курсу.