

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Факультет української філології та журналістики  
Кафедра журналістики

Дипломна робота  
бакалавра

з теми:

**Молодіжна газета «ZEBRA»:  
тематичний і композиційний аспекти (проект)**

Виконала:  
студентка 4 курсу Zh1-B15 групи  
напряму підготовки 6.030301 Журналістика  
**Чуніна Ольга Олександрівна**

Керівник:  
**Почапська О.І.,**  
кандидат наук із соціальних комунікацій,  
доцент кафедри журналістики

Рецензент:  
**Коваленко Б.О.,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української мови

Кам'янець-Подільський – 2019 року

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ОПИС ПРОЕКТУ .....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ОПИС НОМЕРІВ ГАЗЕТИ «ZEBRA» .....</b>	<b>14</b>
<b>РОЗДІЛ 3 ТЕХНІЧНИЙ АСПЕКТ ГАЗЕТ .....</b>	<b>17</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>19</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>21</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>24</b>

## ВСТУП

**Актуальність обраної теми дипломної роботи.** Сучасні молодіжні клуби України для формування системи тематичного комунікування як серед членів клубу, так і з зовнішнім аудиторним резервом здебільшого використовують інтернет-ресурси. Це можуть бути сторінки у соціальних мережах: типу Facebook, Twitter, Instagram та інші. Або ж – сайти на спеціально створених платформах. Кожен із зазначених інтернет-ресурсів має свої обмеження. До прикладу Instagram орієнтується більше на візуальний контент, а тому кількість текстових символів обмежена. Twitter дає можливість коротко викласти сутність події чи точку зору персони. Разом з тим оскільки кількість графічних символів теж має свій ліміт, то вступає в дію емоційна складова повідомлення. Facebook надає можливість до публікації більшої кількості тексту, проте орієнтований на старшу аудиторію.

Відтак можемо говорити що жодна соціальна мережа не є універсальною, а створення власного інтернет-ресурсу вимагає регулярних капіталовкладень. Безумовно наразі є можливість використання безкоштовних платформ як наприклад «Wix.com» проте тут постає та ж проблема що і з соціальними мережами – обмежена кількість текстових символів. Окрім того на сьогодні існує тенденція на зниження читацької активності серед підлітків (див. Додаток Б), а саме читання є одним із способів розвитку аналітично-мислинневих навичок. Відповідно, розробка друкованого періодичного видання, яке заохочуватиме до читання певне коло молоді (що є по суті цільовою аудиторією), а також інформувати про події і явища молодіжного клубу є актуальним і своєчасним.

**Мета** дипломної роботи (проекту) — створити молодіжну газету «ZEBRA» сфокусовану на інтересах підлітків і молоді від 12 до 30 років.

Для реалізації мети передбачено виконання таких **завдань**:

- визначити цільову аудиторію;
- створити макет газети;
- сформуванати інформаційний контент видання;
- визначити функціональне навантаження газети «ZEBRA»;

**Об'єкт** — примірники молодіжної газети «ZEBRA»

**Предмет** — розробка і створення друкованого періодичного видання «ZEBRA» цільовою аудиторією якого є підлітки і молодь віком від 12 до 30 років.

**Джерельною базою** дослідження є науково-теоретичні й науково-практичні розробки вітчизняних і зарубіжних дослідників у галузі видавництва, а також нормативні й нормативно-правові акти України: О. Приступенко [1], Р. Радчик [1] М. Василенко [1], М. Присяжний і М. Лозинський [2], М. Тимошик [7], ЗАКОН УКРАЇНИ Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні [11].

Під час виконання проекту було використано такі **методи**:

- макетування газет для створення цілісного уявлення про заявлений готовий продукт;
- інтерв'ю з членами і гостями клубу для подання різних поглядів на ті ж питання;
- опитування для вивчення інформаційних запитів потенційної аудиторії;
- пошук і добір інформації, що відповідає інтересам цільової аудиторії;
- аналізу і синтезу інформації для формування власне готової теми дослідження;

### **Практичне значення бакалаврської роботи (проекту).**

Бакалаврський проект містить газети, які можуть стати офіційним виданням молодіжного клубу «ZEBRA», що працює із аудиторію віком від 12 до 30 років. Окрім того, наразі є пропозиція на розміщення кількох матеріалів на сторінці Єврейської Месіанської громади в Facebook а також на регулярний випуск газети. Тобто можемо говорити про практичне застосування результатів дослідження.

**Структура роботи.** Бакалаврський проект складається зі: вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

Загальний обсяг бакалаврського проекту – 25 сторінок (опис проекту) та 5 газет (загальна кількість надрукованих номерів).

## ВИСНОВКИ

У проекті матеріали реалізовані в різних жанрах: рецензії, інтерв'ю, есе. Окрім інформаційної, вони виконують розважальну функцію. Один номер газети зроблений у відмінному від інших форматі на честь ювілейної дати.

Тематичне наповнення номерів стосується переважно актуальних подій та цікавих молоді тем.

Газети виготовлялись за допомогою непрофесійної програми – звичайного текстового редактора Microsoft Office Word.

Під час підготовки керувались порадами з кількох джерел, а саме використовувала матеріали: «Як зробити газету в Microsoft Word»[4], «Комп'ютерна верстка газети у форматі А3»[10].

Всі газетні номери об'єднані одним лозунгом («Change color of your life»: «Обери колір свого життя»). До матеріалів про заходи клубу прикріплені рекомендації щодо фільмів які можна подивитись а також їх детальні рецензії.

Результатом роботи став проект молодіжної газети «ZEBRA», що складається з п'яти газетних номерів.

Цільова аудиторія – люди від 12 років (дівчата) 13 років(хлопці) – за єврейською традицією релігійного повноліття. Підлітки, молодь, яких цікавлять теми релігійного але молодіжно-цікавого життя.

- Важливим елементом газети «ZEBRA», що наближає його до «нових медіа» – є відкрита спільнота з назвою «CLUB\_ZEBRA\_2018» в соціальній мережі «Instagram». Там публікуються уривки з матеріалів та детальна інформація про зустрічі, і читачі мають можливість взаємодії — залишати коментарі та відгуки, ділитись своїми історіями. А також можуть

формувати свої побажання щодо наступних тем матеріалів у газетах . За допомогою виконаних завдань із визначення цільової аудиторії, створення макету газети, розробки структури матеріалів, визначення функціонального навантаження газети і оформлення проекту в друкований формат можна вважати мету із виготовлення нової газети досягнутою.

Отже, газета «ZEBRA» поєднує в собі інформаційну й розважальну частину і задовольняє потреби молоді в інформації релігійного спрямування у досить доступній формі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посіб. / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.
2. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕДАКЦІЇ ГАЗЕТИ І ПРАЦІ ЖУРНАЛІСТА / Михайло Присяжний, Мар'ян Лозинський. Львів : Освіта, 2007. 132 с.
3. Друк газет. Drukarstvo : веб-сайт. URL: <http://drukarstvo.com/druk-hazet/> (дата звернення: 19.05.19).
4. Як зробити газету в Microsoft Word Help.me : веб-сайт URL: <http://help-me.pp.ua/15597-yak-zrobiti-gazetu-v-microsoft-word.html> (дата звернення: 19.05.19).
5. Релігійна журналістика – делікатна тематика День: веб-сайт URL:<https://day.kyiv.ua/uk/article/media/religiyna-zhurnalistyka-delikatna-tematyka> (дата звернення: 19.05.19)
6. Професійні програми для макетування матеріалів. Studopedia : веб-сайт URL: [https://studopedia.com.ua/1\\_69284\\_ponyattyа-maketuvannya.html](https://studopedia.com.ua/1_69284_ponyattyа-maketuvannya.html) (дата звернення: 19.05.19).
7. Молодіжна преса: людське обличчя. Як радянські «комсомолки» змушують замислитися над сучасними проблемами журналістики. День : URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/molodizhna-presа-lyudske-oblichchya> (дата звернення: 19.05.19).



8. Как «негазетное поколение» читает газеты МІС медиа. информация. Коммуникация : веб-сайт URL: <http://mic.org.ru/index.php/pr-ob/1-pr-ob/105-kak-negazetnoe-pokolenie-chitaet-gazety> (дата звернення: 19.05.19).
9. Проблемы создания качественного издания молодежной газеты. Studbooks : веб-сайт URL: [https://studbooks.net/721397/zhurnalistika/problemy\\_sozdaniya\\_kachestvennogo\\_izdaniya\\_molodezhnoy\\_gazety](https://studbooks.net/721397/zhurnalistika/problemy_sozdaniya_kachestvennogo_izdaniya_molodezhnoy_gazety) (дата звернення: 19.05.19).
10. Комп'ютерна верстка газети у форматі А3. ua-referat : веб-сайт URL: [http://ua-referat.com/Комп%60ютерна\\_верстка\\_газети\\_у\\_форматі\\_А3](http://ua-referat.com/Комп%60ютерна_верстка_газети_у_форматі_А3) (дата звернення: 19.05.19).
11. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. Закон України від 4 листопада 2018р. № 2581 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12> (дата звернення: 19.05.19).
12. Закон України «Про авторське право і суміжні права». Wikipedia: веб-сайт: URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Закон\\_України\\_«Про\\_авторське\\_право\\_і\\_суміжні\\_права»](https://uk.wikipedia.org/wiki/Закон_України_«Про_авторське_право_і_суміжні_права») (дата звернення: 21.05.19).
13. Порядок Пасхального Седера. Toldot.ru : веб-сайт URL: <https://toldot.ru/paskhalnayaAgada.html> (дата звернення: 22.05.19).
14. Суккот. Wikipedia : веб-сайт URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Суккот> (дата звернення: 23.05.19).
15. Ханука Wikipedia : веб-сайт URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ханука> (дата звернення: 24.05.19).

16. Пурім Wikipedia : веб-сайт URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Пурім> (дата звернення: 25.05.19).
17. За кого голосувати на виборах: біблейські рекомендації. [ieshua.org](http://ieshua.org) : веб-сайт URL: <http://ieshua.org/za-kogo-golosovat-na-vyborah-biblejskie-rekomendatsii.htm> (дата звернення: 26.05.19).
18. Мас-медіа України: проблеми релігії In medias res. Збірник наукових праць. Дніпропетровськ 2007.
19. Оксюк О. Тематично-жанрова специфіка сучасних православних конфесійних часописів в Україні.-Київ, 2008
20. Бойко А. А. «Тематичні аспекти релігійної проблематики в українських мас-медіа: проблема комунікативного впливу на аудиторію».
21. Православна періодика в Україні. Людина і світ. – Київ-2001, №4
22. Шлемкевич М. Новочасна потуга (ідеї до філософії публіцистики). — Нью-Йорк; Торонто, 1958