



# Посідник

для  
працівників прес-служб  
освітніх закладів



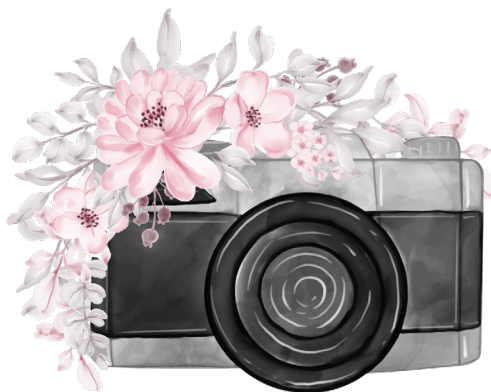
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

*Кафедра журналістики, реклами та  
PR-технологій*

**Посібник для працівників прес-  
служб освітніх закладів**

*Виробничо-практичне видання*

Погрібна О.О., Напорко Н.В.



Черкаси  
2021

УДК 659.4:37.018.5(076)

П43

Н12

### **Рецензенти:**

*Ю. Б. Крапива* - начальниця управління інформаційної політики Черкаської міської ради.

*С. В. Лисенко* - начальниця відділу інформації та зв'язків із громадськістю Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

*Затверджено вченою радою Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького від 27 травня 2021 року, протокол № 6*

П43 Погрібна О. О., Напорко Н, В. Посібник для пра  
Н12 цівників прес-служб освітніх закладів. Черкаси : ЧНУ,  
2021. 83 с.

Виробничо-практичне видання для студентів, які є членами навчально-виробничої лабораторії «Прес-служба навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій».

У посібнику зібрано і структуровано усі ключові поняття про прес-службу: статут і положення редакції, посадові обов'язки штату і приклади робіт. Для кореспондентів і фотографів штату створено окремі розділи, де докладно представлено правила написання новинних матеріалів і знімання та редагування фотографій для корпоративного сайту інституту.

УДК 659.4:37.018.5(076)

© О. О. Погрібна, Н. В. Напорко

© Н. В. Напорко, оформлення, верстання

© Каф. журналістики, реклами та PR-технологій

# Зміст

Положення.....	5
Редакційний статут .....	10
<b>Розділ 1. Загальна інформація.....</b>	<b>23</b>
1.1 Структура редакції.....	23
1.2 Проходження новини в редакції .....	27
1.3 Планування роботи штату .....	28
<b>Розділ 2. Кореспонденту .....</b>	<b>29</b>
2.1 Стандарти новин .....	29
2.2 Структура новинного повідомлення .....	32
2.3 Основне повідомлення .....	39
2.4 Оформлення новин.....	43
<b>Розділ 3. Фотографу.....</b>	<b>50</b>
3.1 Загальна характеристика фотографій.....	50
3.2 Етап проведення знімання .....	57
3.3 Основні технічні вимоги і графічне редагування фото.....	60
3.4 Типові помилки фотографів початківців	65
<b>Додатки.....</b>	<b>78</b>

# ПОЛОЖЕННЯ

## про навчально-виробничу лабораторію «Прес-служба навчально-наукового ін- ституту української філології та соціаль- них комунікацій»

### 1. Загальні положення

1.1. Навчально-виробничу лабораторію «Прес-служба навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій» (далі – Лабораторія) є підрозділом навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій (далі – Інститут) Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького (далі – Університет).

1.2. Лабораторія створюється з метою підвищення якості підготовки фахівців у галузі журналістики через включення навчальної діяльності студентів у виробниче середовище, опанування виробничими функціями і компетентностями, а також типовими обов'язками і завданнями первинних посад редакційного колективу, удосконалення практичної підготовки студентів у позааудиторний час.

1.3. Діяльність Лабораторії регулюється нинішнім законодавством України (зокрема Конституцією України, Законом України «Про інформацію»), Статутом Університету, наказами та розпорядженнями директора Інституту, рішеннями вченої ради Інституту, Статутом Університету та цим Положенням.

## положення

1.4. Лабораторія створена на підставі наказу ректора Університету, підзвітна, підконтрольна та підпорядкована проректору з виховної роботи та іміджевої діяльності, керівнику відділу інформації та зв'язків із громадськістю та директору Інституту.

## **2. Завдання та функції Лабораторії**

2.1. Підвищення якості підготовки фахівців у галузі журналістики через включення навчальної діяльності студентів у виробниче середовище.

2.2. Опанування виробничими функціями і типовими завданнями первинних посад (прес-секретар, адміністратор сайту, адміністратор соціальних мереж, фотограф, кореспондент, редактор, дизайнер, оператор, коректор).

2.3. Забезпечення умов для проведення практичних та лабораторних занять з фахових дисциплін для студентів спеціальності «Журналістика», зокрема спеціалізацій «Видавничий бізнес і сучасні комунікативні технології» і «Реклама та PR у медіагалузі».

2.4. Залучення до роботи у прес-службі Інституту студентів спеціальності «Філологія» з метою опанування ними компетентностями в інформаційній діяльності, а відтак реалізації їх інтересів і уподобань.

2.5. Лабораторія відповідно до основних завдань, передбачених у пунктах 2.1, 2.2, 2.3., 2.4 здійснює такі функції:

– Формує єдину інформаційну політику Інституту в межах інформаційної політики

## положення

Університету з метою його популяризації, просування на ринку освітніх послуг, забезпечення позитивного іміджу.

– Через сайт Інституту і сторінки в соціальних мережах інформує працівників, студентів і громадськість про події, які відбуваються в Інституті.

– Інформує адміністрацію Інституту щодо публікацій у засобах масової інформації і соціальних мережах, у яких ідеться про Інститут; рекомендує способи донесення до громадян інформації, що становить суспільний інтерес чи стосується життєдіяльності Інституту.

– Вживає заходів щодо оперативного реагування на інформацію про Інститут, якщо вона не відповідає дійсності або подана з неточностями.

– Наповнює рубрики «Оголошення», «Новини», а також додає текстові, фото- та відеоматеріали на сайті Інституту в таких рубриках: «Про інститут», «Кафедри», «Центри і лабораторії», «Наукова діяльність», «Студенту», «Абітурієнту».

– Наповнює YouTube канал Інституту.

– Виготовляє рекламно-інформаційну продукцію про Інститут.

– Координує профорієнтаційну роботу Інституту.

– Забезпечує взаємодію Інституту та його представників із засобами масової інформації.

– Бере участь у підготовці текстів привітань, розробляє макети вітальних афіш.

### **3. Статус і керівництво Лабораторії**

3.1. Лабораторія є підрозділом навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

3.2. Вищим науково-методичним органом Лабораторії є науково-методична рада ННІ української філології та соціальних комунікацій, яка щорічно затверджує план роботи Лабораторії та приймає звіт керівника Лабораторії.

3.3. Керівник Лабораторії здійснює безпосереднє керівництво цим підрозділом Інституту і несе персональну відповідальність за виконання покладених на Лабораторію завдань.

### **4. Структурні підрозділи Лабораторії**

4.1. Штат Лабораторії включає посади (на громадських засадах) для забезпечення виробничих функцій (керівник Лабораторії, прес-секретар, адміністратор сайту, адміністратор соціальних мереж, головний редактор сайту, кореспондент, фотограф, оператор, дизайнер, коректор).

4.2. Лабораторія з метою забезпечення своєї діяльності користується приміщеннями, обладнанням, інвентарем та іншим майном навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій, що знаходяться на балансі Університету.

### **5. Взаємодія з іншими структурними підрозділами Університету**



## положення

5.1. У своїй діяльності Лабораторія взаємодіє з відділом інформації та зв'язків із громадськістю Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

5.2. Лабораторія співпрацює з ученою радою навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій, кафедрами Інституту та студентською радою Інституту.

## **6. Фінансування Лабораторії**

6.1. Лабораторія не є юридичною особою і не має самостійного балансу.

## **7. Реорганізація і ліквідація Лабораторії**

7.1. Реорганізація або ліквідація Лабораторії здійснюється за рішенням ученої ради Університету відповідно до чинного законодавства України.

# **Редакційний статут прес-служби навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій**

## **1. Загальні положення**

1.1. Редакційний Статут навчально-виробничої лабораторії «Прес-служба навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій» (далі – Лабораторія), регулює основи редакційної політики Прес-служби та містить основні вимоги до створення та поширення новинної інформації про діяльність ННІ УФСК і до іміджевої діяльності.

1.2. Цей Статут визначає основні права та обов'язки редакційного колективу.

1.3. Цей Статут визначає порядок утворення, діяльності та повноваження редакційної колегії Прес-служби.

1.4. Лабораторія створюється з метою підвищення якості підготовки фахівців у галузі журналістики через включення навчальної діяльності студентів у виробниче середовище, опанування виробничими функціями і компетентностями, а також типовими обов'язками і завданнями первинних посад редакційного колективу, удосконалення практичної підготовки студентів у позааудиторний час.

1.5. Діяльність Лабораторії регулюється нинішнім законодавством України (зокрема Конституцією України, Законом України «Про інформацію»), Статутом Університету, наказами та розпорядженнями директора Інституту, рішеннями вченої ради Інституту, Положенням про навчально-виробничу

лабораторію «Прес-служба навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій» та цим Статутом.

1.6. Лабораторія створена на підставі наказу ректора Університету, підзвітна, підконтрольна та підпорядкована проректору з виховної роботи та іміджевої діяльності, керівнику відділу інформації та зв'язків із громадськістю ЧНУ та директору Інституту.

## **2. Статус і керівництво Лабораторії**

2.1. Лабораторія є підрозділом навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

2.2. Вищим науково-методичним органом Лабораторії є науково-методична рада ННІ української філології та соціальних комунікацій, яка щорічно затверджує план роботи Лабораторії та приймає звіт керівника Лабораторії.

2.3. Керівник Лабораторії здійснює безпосереднє керівництво цим підрозділом Інституту і несе персональну відповідальність за виконання покладених на Лабораторію завдань.

## **3. Структурні підрозділи Лабораторії**

3.1. Штат Лабораторії включає посади (на громадських засадах) для забезпечення виробничих функцій (керівник Лабораторії, прес-секретар, адміністратор сайту, адміністратор соціальних мереж, головний редактор сайту, кореспондент, фотограф, оператор, дизайнер, коректор).

3.2. Лабораторія з метою забезпечення своєї діяльності користується приміщеннями, обладнанням, інвентарем та іншим майном навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій, що знаходяться на балансі Університету.

#### **4. Взаємодія з іншими структурними підрозділами Університету**

4.1. У своїй діяльності Лабораторія взаємодіє з відділом інформації та зв'язків із громадськістю Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

4.2. Лабораторія співпрацює з ученою радою навчально-наукового інституту української філології та соціальних комунікацій, кафедрами Інституту та студентською радою Інституту.

#### **5. Основні вимоги до створення та поширення інформації**

Прес-служба ННІ УФСК поширює інформацію, яка є суспільно важливою для певної категорії населення і цікавою для нашої аудиторії.

5.1. Інформація, яка подається в новинах прес-служби, повинна відповідати журналістським стандартам:

##### **1. Оперативність: своєчасність.**

– якщо є прив'язка до дати (свята, вступи і випуски тощо) публікувати новину на сайті слід не пізніше наступного дня.

– якщо прив'язки до дати немає, можна пізніше, але не вказувати дату (відповідь на питання «Коли?» прописуємо словами «нещодавно», «минулого тижня» тощо).

## редакційний статут

2. Точність: під час збору інформації перевіряти точні цифри і точні назви подій, назви закладів, імена, прізвища і посади джерел інформації.

*!!! Не поширювати неперевірену інформацію і не підтверджену від компетентних джерел (компетентне джерело – це джерело, яке не просто володіє інформацією, а яке має право інформацію надавати).*

3. Достовірність: у матеріалі чітко вказувати джерело інформації.

– Віддавати перевагу першоджерелам та офіційним джерелам (компетентним джерелам).

– Покликання на джерело оформити в тексті (саме в такій послідовності):

1. посада;
2. ім'я;
3. прізвище

4. Збалансованість:

– різні точки зору (якщо є);  
– різні типи джерел (організатори, експерти, учасники і т.д.).

5. Повнота:

– відповідь на основні питання  
Хто?, Що зробив? (варіант – Що?, Що сталося?),  
Де? Коли?;  
– не «виривати» інформацію з контексту.

6. Відокремлення фактів від коментарів: у інформаційних повідомленнях прес-служби треба подавати і факти (що сталося), і коментарі (оцінка) з урахуванням того, що кореспонденти подають тільки фактаж, а коментарі висловлюють тільки джерела інформації.

## редакційний статут

7. Простота: зрозумілість (зрозуміла лексика, відсутність складних синтаксичних конструкцій тощо).

8. Неупередженість: дотримання всіх вище перерахованих 7-ми стандартів.

5.2. Розповсюдження службової і конфіденційної інформації:

– Норми професійної етики вимагають від журналіста поважати гідність людини, її право на приватне життя.

– Кореспонденти повинні отримувати службову інформацію лише за дозволом та відповідно до режиму встановленого особами, яким належить така інформація.

5.3. Розповсюдження інформації про різні групи населення (національні меншини, релігійні групи, хворі та люди із спеціальними потребами):

кореспонденти повинні з повагою ставитися до відмінних особливостей, цінностей і гідності кожної групи і не допускати расової чи іншої дискримінації.

5.4. Дотримання авторських прав при розповсюдженні інформації.

1. Недопустимість плагіату.

2. Використання у матеріалах творів та відео інших авторів здійснюється лише за згодою та на умовах, визначених авторами та діючим законодавством України.

3. При підготовці інтерв'ю з будь-якою особою та до моменту поширення такого інтерв'ю журналіст отримує від цієї особи письмову згоду на його опублікування.

### *редакційний статут*

4. Обов'язково слід зазначати авторство на тексти і фотографії, які оприлюднює прес-служба ННІ УФСК.

5.5. Пряму мову (цитати) від різних джерел слід піддавати літературній обробці.

5.6. Редакційна обробка матеріалів не повинна фальсифікувати (спотворювати) зміст повідомлення. У випадках коли матеріал не відповідає основним правилам зазначеним у пунктах 5.1.-5.6., редактор повертає матеріал на доопрацювання автору.

5.7. Друковані матеріали повинні відповідати структурі новинних повідомлень.

### Новинне повідомлення

1) **ЗАГОЛОВОК** – основне повідомлення, яке відповідає на такі запитання у відповідному ж порядку: **ХТО? ЩО ЗРОБИВ?** (варіант – **ЩО? ЩО СТАЛОСЯ?**) **ДЕ? КОЛИ?**

2) **ЛІД** – містить уточнення і розширення основного повідомлення. Це перші речення після заголовку, які повинні відповідати на такі запитання у відповідному ж порядку: **ХТО? ЩО ЗРОБИВ?** (варіант – **ЩО? ЩО СТАЛОСЯ?**) **ДЕ? КОЛИ? ЯКИМ ЧИНОМ?**

3) Потім: **КОМЕНТАР ОРГАНІЗАТОРА** (наприклад, або ректор, або проректор, або (і) завідувач кафедри тощо). Коментар організатора – це відповідь на запитання «Яка мета заходу?» і є підтвердження основного повідомлення, сформульованого у ліді.

4) **ОСНОВНА ЧАСТИНА** (деталі події). Кожен наступний абзац пов'язаний з попереднім, пояснює його.

### редакційний статут

5) КОМЕНТАР ГОСТЯ (наприклад, студента чи учасника студради про враження від події. Його коментар – це відповідь на запитання «Яка користь мені від цього заходу? Чим він сподобався?»).

6) БЕКГРАУНД – додаткова інформація, контекст.

*Наприклад:*

- про схожі події, які відбулися перед цією (ГІПЕРПОКЛИКАННЯ);
- анонс про майбутні подібні події.

Матеріали-порадники з практичних зустрічей (майстер-класи, тренінги тощо)

- 1) Лід.
- 2) Основна частина: 1-2 реч. + ПЕРЕЛІК ПОРАД, підтверджені цитатами (приклади із практики того, хто проводить тренінг).
- 3) Бекграунд.

5.8. Дотримуватися вимог чинного Українського правопису (обов'язкова частина).

– Дотримання правил варіативної частини – на розсуд автора (головний редактор залишає правопис автора у цьому випадку).

– У «неіменних» матеріалах (привітальні афіші, оголошення тощо) дотримуватися правил чинного Українського правопису (і обов'язкової, і варіативної частин).

## **6. Іміджева робота**

Прес-служба ННУФСК відповідно до основних завдань здійснює такі функції:

6.1. Формує єдину інформаційну політику Інституту в межах інформаційної політики



### *редакційний статут*

Університету з метою його популяризації, просування на ринку освітніх послуг, забезпечення позитивного іміджу.

6.2. Через сайт Інституту і сторінки в соціальних мережах інформує працівників, студентів і громадськість про події, які відбуваються в Інституті.

6.3. Інформує адміністрацію Інституту щодо публікацій у засобах масової інформації і соціальних мережах, у яких ідеться про Інститут; рекомендує способи донесення до громадян інформації, що становить суспільний інтерес чи стосується життєдіяльності Інституту.

6.4. Вживає заходів щодо оперативного реагування на інформацію про Інститут, якщо вона не відповідає дійсності або подана з неточностями.

6.5. Наповнює рубрики «Оголошення», «Новини», а також додає текстові, фото- та відеоматеріали на сайті Інституту в таких рубриках: «Про інститут», «Кафедри», «Центри і лабораторії», «Наукова діяльність», «Студенту», «Абітурієнту».

6.6. Наповнює YouTube канал Інституту.

6.7. Виготовляє рекламно-інформаційну продукцію про Інститут.

6.8. Координує профорієнтаційну роботу Інституту.

6.9. Забезпечує взаємодію Інституту та його представників із засобами масової інформації.

6.10. Бере участь у підготовці текстів привітань, розробляє макети вітальних афіш.

## 7. Розподіл обов'язків між членами прес-служби

Назва структурного підрозділу та його працівників	Функціональні обов'язки
<b>ТВОРЧА ЧАСТИНА</b>	Цей підрозділ виконує загальні редакційні обов'язки. Головне – продукують інформацію, беруть участь у кампаніях та інших колективних акціях тощо. Але кожен підрозділ відділу має свої особливі завдання і це визначає характер і організацію його роботи.
<b>1) підрозділ керівництва та управління (редакційна колегія):</b>	
Керівник прес-служби	<ul style="list-style-type: none"><li>• Здійснює оперативне керівництво колективом редакції, визначає головні завдання, тематичні напрями у роботі редакції.</li><li>• Особисто затверджує кадри, формує колектив, зараховує та звільняє з посад.</li><li>• Представляє інтереси редакції у стосунках із керівництвом ННІ УФСК і керівництвом ЧНУ.</li><li>• Керує діяльністю редакції в межах повноважень, визначених її статутом.</li><li>• Відповідає за ланування роботи редакції.</li></ul>
Координатор прес-служби	<ul style="list-style-type: none"><li>• У разі відсутності редактора керує роботою редколегії, веде редакційні засідання.</li><li>• Контролює роботу відділів, допомагає у плануванні та сприяє виконанню цих планів.</li></ul>

редакційний статут

<p>Завідувач відділу новин</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Керує роботою штатних та позаштатних кореспондентів. <i>Детальніше – у додатках.</i></li></ul>
<p>Головний редактор</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Критично аналізує авторський матеріал і відповідно його оцінює.</li><li>• При потребі надає слушні поради щодо вдосконалення структури (композиції) та стилю твору.</li><li>• Перевіряє текст на дотримання стандартів.</li><li>• За умови великої кількості помилок (структура і дотримання стандартів) повертає матеріал автору на доопрацювання.</li><li>• За умови невеликої кількості помилок редагує матеріал самостійно.</li></ul>
<p>Більд-редактор</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Відповідає за весь ілюстративний матеріал редакції.</li><li>• Веде фотоархів (оригінали фото).</li><li>• За потреби редагує фото та інший ілюстративний матеріал.</li><li>• Контролює процес знімання і відбору фотографій для різних рубрик сайту, а також для рекламної продукції.</li><li>• Відбирає з фотоархіву фотографії на запит інших працівників редакції (для різних рубрик сайту, а також для рекламної продукції).</li><li>• Створює інфографіку (або контролює тих, хто це робить).</li></ul>

## редакційний статут

Модератори сторінок у соцмережах	<ul style="list-style-type: none"><li>• Дублюють новини з офіційного сайту.</li><li>• Роблять репости з різних сайтів, які тематично стосуються діяльності ННІУФСК (філологія, методика викладання української мови і літератури, журналістика, видавнича справа, редагування, реклама, PR).</li><li>• Під час дуже важливих і масових подій (День інституту, випускний, професійні свята тощо) робить пост з фотографіями до розміщення новини на офіційному сайті. Прописує анонс: «Детальніше читайте незабаром на нашому сайті».</li></ul>
<b>2) підрозділ виконання</b>	
Кореспондент	<ul style="list-style-type: none"><li>• Збирають робочий матеріал / фотографують.</li><li>• Пишуть новинне повідомлення / редагують фотографії.</li></ul>
Фотограф	Детальніше – у додатках.
Дизайнери	<ul style="list-style-type: none"><li>• Розробляють фірмовий стиль (бренд-бук) усієї продукції ННІУФСК.</li><li>• Виготовляють првітальні афіші і оголошення.</li><li>• Розробляють макети і виготовляють рекламну і PR-продукцію для ННІУФСК (або контролюють тих, хто це робить).</li></ul>

<p><b>ТЕХНІЧНА ЧАСТИНА</b></p>	<p>Технічні працівники редакції виконують важливі задачі і зменшення їх кількості призводить до того, що їх обов'язки доводиться виконувати редакційній колегії, відволікаючись від своєї роботи. Деякі з працівників створюють оптимальні умови для творчої діяльності журналістів, інші - <b>забезпечують технічну сторону процесу підготовки і випуску матеріалів.</b> У кожній з цих структур працюють спеціалісти, які володіють специфічними знаннями та вміннями.</p>
<p>Адміністратор сайту</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Відповідає за розміщення всіх матеріалів у різних рубриках сайту.</li><li>• Слідкує за оновленнями і вносить зміни в усі рубрики сайту. Особливої уваги потребують такі матеріали:<ul style="list-style-type: none"><li>оголошення;</li><li>привітання;</li><li>розклад занять;</li><li>графіки заліків і екзаменів;</li><li>графіки перескладань.</li></ul></li><li>• У новинній стрічці розміщує текст і «розбавляє» його фотографіями відповідно до тексту.<ul style="list-style-type: none"><li>• Розміщує відео на YouTube каналі Інституту.</li></ul></li></ul>
<p>Коректор</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Виправляє граматично-лексичні норми тексту (орфографія, пунктуація, лексика, друкарські помилки).</li><li>• Не втручається в структуру тексту.</li><li>• Не робить «смакових» правок.</li></ul>

## **8. Збори творчого колективу прес-служби**

8.1. У Зборах творчого колективу мають право брати участь усі штатні і позаштатні працівники прес-служби.

8.2. Збори творчого колективу є повноважними, якщо у них бере участь не менше 2/3 штатних працівників.

## **9. Прикінцеві положення**

9.1. Цей Статут, а також зміни та доповнення до нього, затверджуються на загальних зборах штатних працівників редакції.

9.2. Затверджений Статут, зміни та доповнення до нього, оприлюднюються шляхом їх розміщення на офіційному сайті ННІ УФСК.



# Розділ 1

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

### 1.1 Структура редакції

#### ТВОРЧА ЧАСТИНА ПІДРОЗДІЛУ

Цей підрозділ виконує загальні редакційні обов'язки. Головне – продукують інформацію, беруть участь у кампаніях та інших колективних акціях тощо. Але кожен підрозділ відділу має свої особливі завдання і це визначає характер і організацію його роботи.

#### 1) підрозділ керівництва та управління (редакційна колегія)

Керівник  
прес-служби

- Здійснює оперативне керівництво колективом редакції, визначає головні завдання, тематичні напрями у роботі редакції.
- Особисто затверджує кадри, формує колектив, зараховує та звільняє з посад.
- Представляє інтереси редакції у стосунках із керівництвом ННІ УФСК і керівництвом ЧНУ.
- Керує діяльністю редакції в межах повноважень, визначених її статутом.
- Відповідає за планування роботи редакції.

<p>Координатор прес-служби</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• У разі відсутності редактора керує роботою редколегії, веде редакційні засідання.</li> <li>• Контролює роботу відділів, допомагає у плануванні та сприяє виконанню цих планів.</li> </ul>
<p>Завідувач відділу новин</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Керує роботою штатних та позаштатних кореспондентів. Детальніше – в додатках</li> </ul>
<p>Головний редактор</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Критично аналізує авторський матеріал і відповідно його оцінює.</li> <li>• При потребі надає слушні поради щодо вдосконалення структури (композиції) та стилю твору.</li> <li>• Перевіряє текст на дотримання стандартів.</li> <li>• За умови великої кількості помилок (структура і дотримання стандартів) повертає матеріал автору на доопрацювання.</li> <li>• За умови невеликої кількості помилок редагує матеріал самостійно</li> </ul>



<p>Більд-редактор</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дублюють новини з офіційного сайту.</li> <li>• Роблять репости з різних сайтів, які тематично стосуються діяльності ННІУФСК (філологія, методика викладання української мови і літератури, журналістика, видавнича справа, редагування, реклама, PR).</li> <li>• Під час дуже важливих і масових подій (День інституту, випускний, професійні свята тощо) робить пост з фотографіями до розміщення новини на офіційному сайті. Пропишує анонс: «Детальніше читайте незабаром на нашому сайті».</li> </ul>
-----------------------	--

## 2) підрозділ виконання

<p>Кореспонденти</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збирають робочий матеріал / фотографують.</li> <li>• Пишуть новинне повідомлення / редагують фотографії.</li> </ul> <p style="text-align: center;">Детальніше - в додтках</p>
<p>Фотографи</p>	
<p>Дизайнери</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виготовляють привітальні афіші і оголошення.</li> <li>• Розробляють макети і виготовляють рекламну і PR-продукцію для ННІ УФСК (або контролюють тих, хто це робить).</li> </ul>

## ТЕХНІЧНА ЧАСТИНА ПІДРОЗДІЛУ

Технічні працівники редакції виконують важливі задачі і зменшення їх кількості призводить до того, що їх обов'язки доводиться виконувати редакційній колегії, відволікаючись від своєї роботи. Деякі з працівників створюють оптимальні умови для творчої діяльності журналістів, інші - забезпечують технічну сторону процесу підготовки і випуску матеріалів. У кожній з цих структур працюють спеціалісти, які володіють специфічними знаннями та вміннями.

### Адміністратор сайту

- Відповідає за розміщення всіх матеріалів у різних рубриках сайту.
- Слідкує за оновленнями і вносить зміни в усі рубрики сайту. Особливої уваги потребують такі матеріали: оголошення; привітання; розклад занять; графіки заліків і екзаменів; графіки перескладань.
- У новинній стрічці розміщує текст і «розбавляє» його фотографіями відповідно до тексту.
- Розміщує відео на YouTube каналі Інституту.

### Коректор

- Виправляє граматично-лексичні норми тексту (орфографія, пунктуація, лексика, друкарські помилки).
- Не втручається в структуру тексту.
- Не робить «смакових» правок.

## 1.2 Проходження новини в редакції

Анонс у соцмережах  
(основне повідомлення і фото)



Завідувач новинного відділу  
(розподіл кореспондентів на події)



Кореспонденти і фотокореспонденти



Редактор (для текстових повідомлень)



Завідувач новинного відділу  
(збирає і компонує текстове повідомлення і фото)




Адміністратор сайту



Модератор сторінок у соціальних  
мережах  
Facebook  
Instagram

### 1.3 Планування роботи штату

 **1. Збираємо інформацію про події на наступний тиждень (у **ЧЕТВЕР** або **П'ЯТНИЦЮ**):**

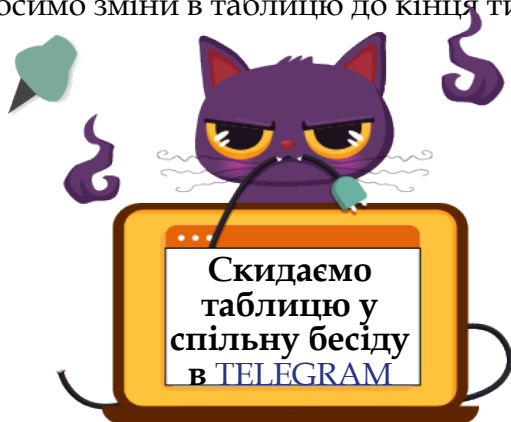
- 1) Оголошення ЧНУ про події, до яких долучається наш ННІ;
- 2) Керівник прес-служби;
- 3) 4 кафедри ННІ (лаборанти або завідувачі);
- 4) Голова студради;
- 5) Заступники директора ННІ:
  - з навчальної роботи;
  - з виховної роботи;
  - з наукової роботи.

 **2. Плануємо роботу на наступний тиждень**

1. Створюємо Google-документ
2. Заповнюємо таблицю у хронологічному порядку

дата час	назва події	місце проведення події	організатор	кореспондент, фотограф	дед-лайн

3. Вносимо зміни в таблицю до кінця тижня






# Розділ 2

# 2

## КОРЕСПОНДЕНТУ

### 2.1 Стандарти новин

	СТАНДАРТИ подання інформації в новинних повідомленнях
1. 	<p><b>Оперативність</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– якщо є прив'язка до дати (свята, вступи і випуски тощо) публікувати новину на сайті слід <u>не пізніше наступного дня</u>.</li><li>– якщо прив'язки до дати немає, можна пізніше, але не вказувати дату (відповідь на питання «Коли?» прописуємо словами «нещодавно», «минулого тижня» тощо).</li></ul>



2.



## *Точність (перевірка фактичного матеріалу)*

- 1) власне факти – те, що відбулося насправді, точно встановлене;
- 2) власні імена;
- 3) назви установ, організацій, відділів, департаментів, кафедр, підрозділів тощо;
- 4) назви посад;
- 5) географічні назви;
- 6) дати;
- 7) кількісні показники;
- 8) цитати (*дослівно записувати на диктофон!!!*).



**!!! Не поширювати неперевірену інформацію і не підтверджену від компетентних джерел – це ті джерела, які не просто володіють інформацією, а мають право цю інформацію надавати (наприклад, про зміни в розкладі екзаменаційної сесії давати інформацію має право директор інституту або його заступник, а не викладач).**

3.



## *Повнота*

- відповідь на основні питання Хто?, Що зробив? (варіант – Що?, Що сталося?), Де? Коли?;
- не «виривати» інформацію з контексту.

4.



### **Достовірність (покликання на джерела)**

– Віддавати перевагу першоджерелам та офіційним джерелам (компетентним джерелам).

– Покликання на джерело оформити в тексті (саме в такій послідовності):

1. посада;
2. ім'я;
3. прізвище

Наприклад: «...азначила директорка ННІ української філології та соціальних комунікацій Оксана Іванченко».

5.



### **Збалансованість**

– різні точки зору (якщо є);  
– різні типи джерел (організатори, експерти, учасники, гості і т.д.).

6.



### **Відокремлення фактів від коментарів**

У інформаційних повідомленнях прес-служби треба подавати і факти (що сталося), і коментарі (оцінка) з урахуванням того, що кореспонденти подають тільки фактаж, а коментарі висловлюють тільки джерела інформації.

7.



### **Простота (зрозумілість, читабельність)**

Зрозуміла лексика, відсутність складних синтаксичних конструкцій тощо.

## 2.2 Структура новинного повідомлення

### Новинне повідомлення

1) **ЗАГОЛОВОК** – основне повідомлення, яке відповідає на такі запитання: ХТО? ЩО ЗРОБИВ? (варіант – ЩО? ЩО СТАЛОСЯ?) можливо у заголовку відповідь на питання ДЕ? КОЛИ?

2) **ЛІД** – містить уточнення і розширення основного повідомлення, сформульованого в заголовку. Це перші речення після заголовку, які повинні відповідати на такі запитання у відповідному ж порядку: ХТО? ЩО ЗРОБИВ? (варіант – ЩО? ЩО СТАЛОСЯ?) ДЕ? КОЛИ?



Послідовність повинна бути саме така. **НЕ** починає заголовок і лід з відповіді на питання ДЕ? або КОЛИ? (Приклад **НЕ**правильного варіанту: «10 березня в ННІ УФСК пройшов конкурс читців поезій Т. Шевченка»)

3) **СУБЛІД** (уточнює лід і додає відповіді на питання ЯКИМ ЧИНОМ? ЧОМУ? В ЯКИЙ СПОСІБ? ЯКІ НАСЛІДКИ? тощо)

4) Потім: **КОМЕНТАР ГОЛОВНОГО ДЖЕРЕЛА**, який є підтвердженням основного повідомлення, сформульованого у заголовку і ліді.

**Наприклад**, до заголовку «Вікторина до Дня рідної мови пройшла в ННІ УФСК» головним джерелом буде організатор (завідувачка кафедри). Її коментар стосується заголовку і дає відповідь на запитання «Яка мета заходу?».



5) **ОСНОВНА ЧАСТИНА (ПАРАГРАФИ)** – деталі (подробиси) події. У параграфах уміщують коментарі дійових осіб (опитаних джерел інформації). Кожен наступний абзац пов'язаний з попереднім, пояснює його.

6) **КОМЕНТАР ГОСТЯ** (наприклад, студента чи учасника студради про враження від події. Його коментар – це відповідь на запитання «Яка користь мені від цього заходу? Чим він сподобався?»).

7) **БЕКГРАУНД** – додаткова інформація, контекст.

Наприклад:

– про схожі події, які відбулися перед цією (ГІПЕРПОКЛИКАННЯ);

– анонс про майбутні подібні події тощо.

## Структура новинного повідомлення

1. Заголовок

2. Ліг

3. Судіг

4. Коментар головного джерела

5. Основна частина

6. Коментар гостя

7. Бекграунд

## Матеріали-порадники з практичних зустрічей (майстер-класи, тренінги тощо)

- 1) **Лід.**
- 2) **Основна частина:** 1-2 реч. + ПЕРЕЛІК ПОРАД, підтверджені цитатами (приклади із практики того, хто проводить тренінг).
- 3) **Бекграунд.**

### Схема розбору новинного матеріалу

<p>Студенти-редактори переймали досвід від провідного видавництва України «КСД»</p>	<p><b>Заголовок</b> повідомляє основну інформацію і відповідає на питання: <u>Хто?</u> (Студенти-редактори) <u>Що зробили?</u> (переймали досвід від провідного видавництва України «КСД»)</p>
<p>Спілкування студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування» з «Клубом Сімейного Дозвілля» відбулося 16 лютого в Черкаській обласній бібліотеці для дітей.</p>	<p><b>Лід</b> розширює заголовок і дає відповідь на основні 4 питання: <u>Що?</u> (Спілкування студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування» з «Клубом Сімейного Дозвілля») <u>Що сталося?</u> (відбулося) <u>Коли?</u> (16 лютого) <u>Де?</u> (в Черкаській обласній бібліотеці для дітей)</p>

<p>Захід пройшов у форматі відео конференції. Це стало можливим за підтримки кафедри видавничої справи та редагування ЧНУ ім. Б. Хмельницького та ГО «Книжковий Маестро». Зустріч була організована для студентів спеціальності «Видавнича справа та редагування», а також для всіх охочих дізнатися про специфіку роботи видавництва.</p>	<p><b>Сублід</b>  <i>Уточнює лід і додає елементи:</i>  <u>Як?</u> (Захід пройшов у форматі відеоконференції)  <u>У який спосіб</u> (завдяки кому)? (Це стало можливим за підтримки кафедри...)  <u>З якою метою?</u> (для студентів, а також для всіх охочих дізнатися про специфіку роботи видавництва)</p>
<p>Засновниця «Книжкового маестро» та викладачка кафедри Людмила Фіть наголосила на важливості проведення таких зустрічей: «Студенти зможуть перейняти досвід провідних гравців видавничого ринку, особисто поставити їм запитання».</p>	<p><b>Коментар головного джерела</b>  <i>Відповідно до заголовка головним джерелом є організатор, який дає відповідь на питання <u>Які наслідки події? (важливість заходу).</u></i></p>
<p>На зв'язок із аудиторією вийшли директорка «КСД» Вікторія Столяренко та керівниця відділу маркетингу Ірина Гримайло. Відповідаючи на питання залу, вони розповіли про тенденції на видавничому ринку.</p>	<p><b>Параграф 1</b>  <i>Уточнює, хто вийшов на зв'язок від видавництва</i></p>

Для студентів-редакторів — це корисний досвід від практиків видавничої справи. Студентка 3-Р курсу Ольга Котляр поділилась враженнями від зустрічі: «Було дуже цікаво. Ми дізналися про високий професіональний рівень видавництва. Вони мають багато можливостей для реалізації різноманітних проєктів. Не варто їх порівнювати із регіональними видавництвами, у яких менше фінансових і ресурсних можливостей. Маю велику надію потрапити до КСД на практику».

«Такі зустрічі мотивують, коли ти бачиш дійсно успішних людей у своїй сфері», — переконаний студент 2-В курсу Олексій Шевченко.

## Параграф 2

*Роз'яснює, чим важлива була зустріч для студентів*



<p>На зустріч завітала велика кількість людей. Окрім студентів, поспілкуватися з ключовими гравцями видавничого ринку прийшла директорка Черкаської майстерні друку Юлія Чабаненко. На її думку, такі заходи необхідні та корисні: «Зустріч на 100% цікава. Ми щодня варимося у своєму котлі та не бачимо, що діється навколо. Сьогодні керівники КСД дуже стисло розповіли про свою технологію роботи. Подібні відеоконференції необхідні, нову інформацію доводиться збирати по зернятку. Відвідування таких заходів допомагає придумати власну схему продажу книги».</p>	<p><b>Параграф 3</b>  <i>Уточнює, хто ще був на зустрічі, крім студентів (директор Черкаського видавництва)</i></p>
<p>Також на заході були присутні учні 11 класів черкаських шкіл. Їм було цікаво дізнатися, як стати успішним автором чи професійним видавцем.</p>	<p><b>Параграф 4</b>  <i>Уточнює, хто ще був на зустрічі, крім студентів і директора черкаського видавництва (черкаські школярі)</i></p>

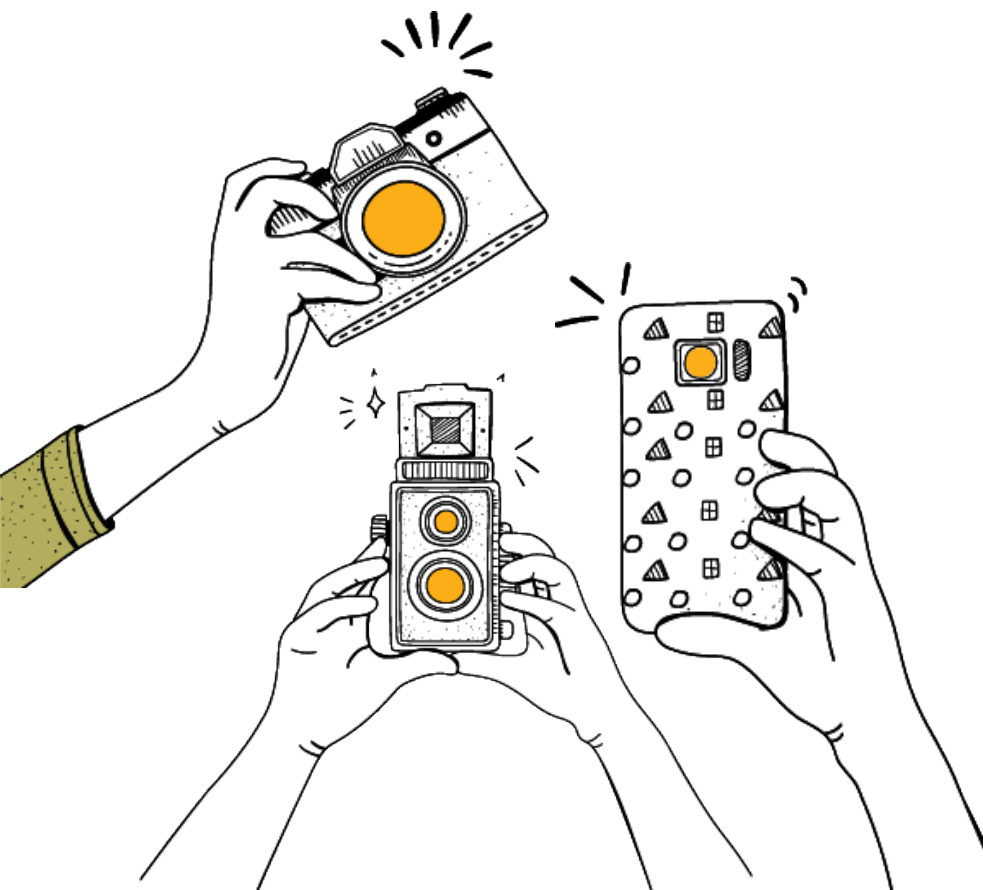
!!! Розповідь про учасників зустрічі прописана за правилами «перевернутої піраміди»:

- *голове - студенти*
- *по-друге - директор видавництва*
- *по-третє - школярі (гості).*


Надалі організатори планують влаштувати відеоконференції з такими українськими видавництвами, як «Видавництво Старого Лева», «Зелений пес», «Видавництво Анетти Антоненко» та іншими.

### **Бекграунд**

*Дає додаткову інформацію про плани на майбутнє*



## 2.3 Основне повідомлення



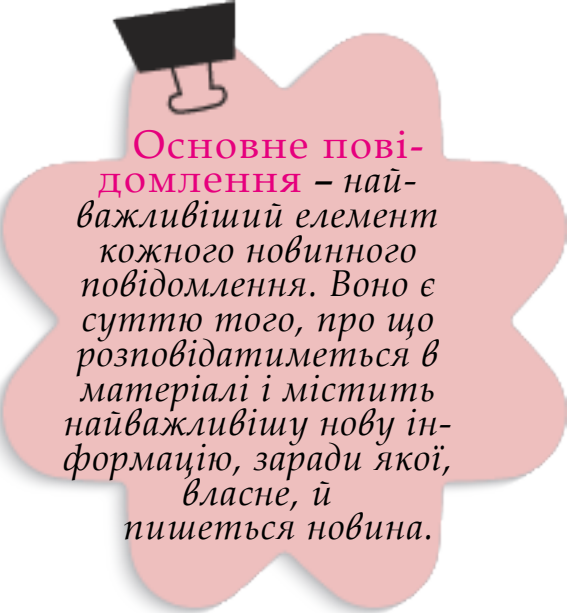
**Ключові слова** – словосполучення, які визначають тему новинного повідомлення. Вони є головними в тексті і розкривають суть події.

### Основні правила:

1. Ключові слова містяться на початку тексту, зазвичай у заголовку (з ключових слів формулюємо основне повідомлення).
2. Одне «ключове слово» – це або одне слово, або словосполучення, наприклад:
  - «студенти» або «студенти ЧНУ»,
  - «університет» або «Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького»,
  - «ННІ УФСК» або «ННІ української філології та соціальних комунікацій».
3. Одне «ключове слово» або словосполучення в заголовку не можуть складатися більше, ніж з трьох слів, тому слід скорочувати. Дуже зручний варіант – у заголовку вживаємо аббревіатуру, в ліді – повну розшифровану назву. Наприклад: «студенти ЧНУ»

замість «студенти Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького».

4. Ключові слова визначають тему й аудиторію журналістського тексту.



**Основне повідомлення** – найважливіший елемент кожного новинного повідомлення. Воно є суттю того, про що розповідатиметься в матеріалі і містить найважливішу нову інформацію, заради якої, власне, й пишеться новина.

**Основне повідомлення** завжди розташовується на **ПОЧАТКУ** публікації і формується **З КЛЮЧОВИХ СЛІВ**. Тому для того, щоб сформулювати основне повідомлення, необхідно прописати 5-6 ключових слів (словосполучень) **РІЗНИХ ЧАСТИН МОВИ**, тобто ключовими словами прописати відповіді на основні питання новинного повідомлення. З цих ключових слів скласти речення.

**Наприклад:**

*Ключові слова:* ЧНУ, ректор ЧНУ, підписав, угода про співпрацю, ГО «Український інститут медіа та комунікації», Deutsche Welle Akademie, кафедра журналістики, реклами та PR-технологій



### Основне повідомлення з цих слів:

ЧНУ підписав угоду про співпрацю з ГО «Український інститут медіа та комунікації» (заголовок).

Ректор ЧНУ ім. Б. Хмельницького Олександр Черевко підписав угоду про співпрацю кафедри журналістики, реклами та PR-технологій з ГО «Український інститут медіа та комунікації» і Deutsche Welle Akademie (розширення заголовку в першому реченні ліду).

### Основні правила:

1. Починати слід з основної СУТІ події (НЕ викладати подію ХРОНОЛОГІЧНО).
2. Основне повідомлення *не буває довшим 4-5 речень*, тому основне повідомлення повністю висвітлюється в заголовку і ліді.
3. Усі структурні елементи новини (заголовок, лід, сублід, цитата на підтвердження, параграфи, бекграунд) мають бути *в прямому змістовому зв'язку* з основним повідомленням.
4. Засідання, збори, прес-конференції тощо не є подією. Подія – це найцікавіше або найважливіше, що сталося.



## НЕПРАВИЛЬНО

Відбулися змагання із волейболу серед жінок за програмою II Спортивних ігор Черкаської області серед вищих навчальних закладів. Команда Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького виборола перше місце.

Директорка ННІ УФСК Оксана Іванченко провела засідання ради інституту, під час якої зазначила, що ...



## ПРАВИЛЬНО

Волейболістки ЧНУ стали переможцями обласних змагань (заголовок).  
Команда Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького виборола перше місце у змаганнях із волейболу серед жінок за програмою II Спортивних ігор Черкаської області серед вищих навчальних закладів.

**Оновлення складу Вченої ради ННІ УФСК обговорили на засіданні ради інституту**

### ОТЖЕ:

Робота кореспондента над формулюванням основного повідомлення для новинного матеріалу проходить у такі етапи:

- 1) Зорієнтуватися, на яку цільову аудиторію розраховано новинне повідомлення. Враховувати правило наближення інтересів.
- 2) Визначити кут подання.
- 3) Прописати 5-6 ключових слів (словосполучень).
- 4) Вибрати найголовніше ключове слово (словосполучення), яке буде першим словом (словосполученням) тексту.
- 5) Сформулювати основне повідомлення (у новинних матеріалах воно міститься в заголовку і ліді)

## 2.4 Оформлення новин

### Заголовки

найкраще – починати з назви події



#### НЕПРАВИЛЬНО

«Студенти ННІ УФСК відвідали конференцію»

*Бо при поширенні у Фейсбуці виходить «ННІ УФСК – Студенти ННІ УФСК...»*

#### ПРАВИЛЬНО

«Конференція відбулася в ННІ УФСК»,  
«Пізнавально й корисно: на конференції побували студенти ННІ УФСК»,  
«Конференцію відвідали студенти ННІ УФСК»

**Заголовок-цитата**  
– Оля Котрляр:  
«Треба дотримуватися стандартів...».

**!!!Така ж цитата повинна бути в тексті (дослівно).**

Студенти ННІ УФСК долучилися до заходів, приурочених Європейському дню боротьби з торгівлею людьми

Заходи, приурочені Європейському дню боротьби з торгівлею людьми, відвідали студенти ННІ УФСК

У ННІ УФСК провели лотерею

Студентська рада провела лотерею до Дня студента.

Викладачка ННІ УФСК провела навчання для слухачів МАН

Навчання для слухачів МАН провела викладачка ННІ УФСК

Студенти ННІ УФСК відвідали психологічний тренінг	Як правильно розподіляти свій час, дізналися студенти ННІ УФСК
Студентки ННІ УФСК розпочали мовний відеопроєкт	Новий мовний відеопроєкт розпочали студентки ННІ УФСК
Як відсвяткували Геловін у ННІ УФСК	«Сіру буденність» на Геловін розвіювали студенти ННІ УФСК; Фотоконкурс, лотерея та посвята «кров'ю»: як відзначили Геловін у ННІ УФСК

## Лід

**повторює заголовок, водночас розширює і доповнює його**

Варто подати **основне повідомлення** у два етапи:

- 1) **у заголовку** – ключовими словами (до 8 слів);
- 2) **у ліді**.



Заголовок	Лід
<p>Майбутніх журналістів навчали столичні медіа-тренери</p>	<p>Представники Академії української преси та Фонду Фрідріха Науманна за Свободу вчили студентів-журналістів писати про економіку. Семінар у Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького пройшов упродовж 30-31 березня. Зі студентами кафедри журналістики та PR-технологій займалися президент Академії української преси, професор Валерій Іванов та журналіст, викладач Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка Андрій Юричко.</p>
<p>Студенти випробували себе на знання рідної мови в конкурсі імені Петра Яцика</p>	<p>Перший відбірковий етап Всеукраїнського конкурсу знавців української мови імені Петра Яцика відбувся в Черкаському національному університеті імені Богдана Хмельницького.</p>
<p>Студентів-журналістів вчили створювати новини</p>	<p>У Черкаському національному студентів-журналістів учили створювати новини. Практичну лекцію з тележурналістики для майбутніх медійників 20 листопада провела ведуча телеканалу «112 Україна» Юлія Галушка.</p>

Якщо заголовок **принадливий**, то *лід* - тільки **інформаційний**



У такому випадку заголовок не містить основного повідомлення, не несе нової інформації, тому перші речення (*лід*) повинен бути інформативним.

Принадливий заголовок	Інформаційний лід
Студенти ННІ УФСК «сушили світлини», їли очі вампірів й ставали кіногероями	День студента в ННІ УФСК пройшов весело, яскраво і стильно. Святкування розпочалися з імпровізованої вільної фотовиставки (далі іде розповідь про святкування дня студента)

## Цитати

**Кожне новинне повідомлення повинне мати у своїй структурі цитати від джерел інформації.**

*Послідовність роботи з цитатами повинна проходити у такі етапи:*

-  1. Розшифрувати запис з диктофону (дослівний текст). Зазвичай, це довгий текст з *великої кількості речень*. Крім того, в дослівній цитаті часто буває багато повторів, незв'язних речень, слів-паразитів тощо.
-  2. Уважно прочитати і виокремити *основну думку*.



3. З основної думки сформулювати *підводку* до цитати.



4. З тексту цитати вибрати *декілька влучних речень*, які підтверджують основну думку, і ввести їх у новинне повідомлення прямою (або непрямою) мовою.

**Наприклад** (робота з цитатою викладачки ННІ української філології і соціальних комунікацій для новинного матеріалу про особливості дистанційного навчання в ЧНУ)

### *Дослівна цитата:*

Перехід на дистанційну освіту вимушений, багато аспектів роботи не відпрацьовані, але, попри це, викладач повинен виконувати свою функцію: навчати студентів, а ті, відповідно, здобувати знання. Враження від такої форми роботи неоднозначні. Мій домашній комп'ютер – ровесник динозаврів, мені важко вмовити його перейти на інновації. Не приховую, що не вистачає певних навичок, хоча в народі кажуть, що в невмілого руки не болять. Тож підійшла до віддаленої форми роботи завзято, вдячна студентам, які відразу відгукнулись і долучились до створених курсів у гугл-класах. Наша молодь розкута й комунікабельна, здатна сприймати інформацію вдумливо й відповідально, тому працювати з нашим студентством приємно. Сподіваюся, що мені вдасться донести своїм учням розумне, добре й вічне. Укотре переконалася, що найвища радість людського життя – живе спілкування, тому з нетерпінням чекаю зустрічі зі студентами в аудиторіях нашого рідного ЧНУ.

## Підводка:

Не зважаючи на труднощі впровадження дистанційного навчання, викладачка ННІ УФСК Вікторія Руденко в цілому задоволена цією формою роботи в умовах карантину.

*Скорочена цитата, яка підтверджує основну думку:*

Перехід на дистанційну освіту вимушений, багато аспектів роботи не відпрацьовані, але, попри це, викладач повинен виконувати свою функцію: навчати студентів, а ті, відповідно, здобувати знання. Наша молодь розкута й комунікабельна, здатна сприймати інформацію вдумливо й відповідально, тому працювати з нашим студентством приємно.

## Синоніми

<b>Зазначина</b>	Розповіла, поінформувала, наголосила, пояснила, зауважила, повідомила, промовила, акцентувала, підкреслила
<b>Журналістка</b>	Медійниця, телевізійниця, працівниця ЗМІ, випускниця ЧНУ (якщо це дійсно так)
<b>Подія</b>	Захід, дійство, зустріч, спілкування, тренінг, лекція, майстер-клас, курс, тренування, заняття, семінар, консультація, конференція, презентація, святкування



<p><i>Дізналися</i></p>	<p>Були поінформовані, оз- найомилися, прослухали; їм продемонстрували / презентували / показали / розкрили / аргументували / анонсували</p>
<p><i>Відбувся</i></p>	<p>Проїшов</p>



# Розділ

# 3

## ФОТОГРАФУ



### 3.1 Загальна характеристика фотографії

Для фотографа прес служби мало просто вміти робити знімки на автоматичному режимі камери. Необхідно знати якомога більше про ракурси, жанри, техніки виконання та композиції кадрів. Хороша світлина залежить від елементів, які фотограф вирішив до неї включити. Вміння «переносити» реальність у фотографічну площину можна назвати справжньою майстерністю. Зазначимо що нині існує безліч поділів фотографії на види за різними критеріями і ознаками.

За ХАРАКТЕРОМ  
фото бувають

**Постановочні**

(реальність виставляється і  
конструюється)

**Документальні**

(реальність достовірно  
відображається.)

Для *постановочної* фотосесії (як приклад — для глянцевого журналу) заздалегідь обирають локацію, або студію. Модель має чіткі вказівки щодо емоцій, жестів, рухів.



## ЖАНРИ

*постановочних знімать:*



Портрет

Натюрморт

Макрознімання

*Документальні* знімки мають іншу техніку виконання. Фотограф **не має права** втручатися в те, що відбувається на його очах. Він виконує роль незалежного спостерігача, фіксуючи на камеру те, що навколо. Тож фотограф має очікувати на влучний, «вирішальний» момент. У документальній фотографії **забороняється** ретуш, тобто додавання, прибирання або маскування з фотографії будь-яких елементів.



## ЖАНРИ

*документальних знімать:*



Street

Репортаж

*Тут варто звернути увагу на особливості роботи фотографа прес-служби на університетських заходах, де мають перетинатися обидва характеру готових фотографій.*



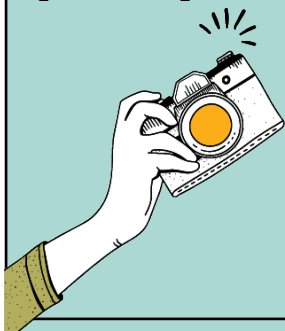
Більшу частину заходу фотограф дійсно зовсім не втручається в процес. Дозволяється лише коректування певних моментів, які можуть впливати на якість фото (закрити жалюзі, якщо захід проходить в аудиторії; прибрати предмети які перекривають головного героя фото; попросити глядачів сісти ближче один до одного для ефекту наповненості залу (**увага! це обов'язково робити до початку заходу**)). Також допустимим є і часткове художнє редагування готових знімків. Мається на увазі корекція світла, «миття» брудних дошок, якщо такі потрапили в кадр, або видалення зайвих предметів.

Але важливим моментом роботи фотографа на такому заході будуть і постановочні знімки. Цей процес варто провести по завершенню основного дійства. Якщо це презентація книг якогось автора, то для сайту обов'язково має бути кадр самого автора з його твором. Навіть якщо під час заходу такий кадр отримати не вдалося, необхідно зробити постановочний знімок в кінці. На заходах такого типу бажано робити і постановочні кадри лектора зі своїми глядачами. Якщо це спортивний або загальноуніверситетський захід, то в процесі необхідно отримати кадри керівництва університету, та зробити акцент на студентах саме вашого інституту. **Постановочні кадри також є обов'язковими.**

## Композиція кадрів

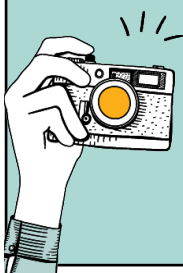
Дослідники стверджують, що *кадрове вікно фотоапарата* — це своєрідна картинна площа, в межах якої розташовується, компоується матеріал, презентується глядачеві зображуваний об'єкт у цілому або його фрагмент.

### правило третин



Найпростіше правило. Це правило твердить, що фотографія як візуальний твір може розглядатися поділеною на дев'ять рівних частин за допомогою двох паралельних горизонтальних і двох паралельних вертикальних ліній. Об'єкти, що несуть головне смислове навантаження, мають бути розміщені вздовж або на перетині цих ліній, у так званих точках сили. Доведено, що більшість людей «читають» фотографії зліва направо, так само як книжки. Тому першим глядач побачить те, що розташовано на фотографії ліворуч.

### правило діагоналей



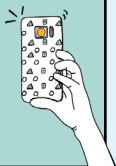
Саме за цим правилом важливі елементи фото мають бути розташовані вздовж уявних діагональних ліній. Діагональ, що йде з лівого нижнього кута в правий верхній — діагоналю підйому, а діагональ, що йде з лівого верхнього в правий нижній — діагональ спуску. Діагональна композиція є напрямком від лівого нижнього кута до правого верхнього видається спокійною й радісною, а від лівого верхнього до правого нижнього — динамічною й трагічною.

### правило «Золотого перетину»



У наш час використовується найчастіше. Воно використовувалося ще художниками і скульпторами багато століть тому при створенні своїх шедеврів. Суть цього правила полягає у тому, що увага людини автоматично фокусується на декількох точках сприйманого в цей момент зображення. Цих точок виділено чотири. Наклавши уявну сітку на готовий кадр, отримаємо певні вузлові точки, на яких людина акцентує свою увагу. Саме ці точки і повинні співпадати з об'єктом, який необхідно виділити на фотографії.

### ефект рамки



Для фіксації уваги на якійсь частині зображення можна використовувати природну обстановку місцевості, де відбувається фотосесія. Наприклад гілки, дерева, огорожі створюють як таку собі рамку, яка може відокремити акцентований об'єкт від інших об'єктів, розміщених на зображенні.

## Автори сайту «Canon» дають певні поради щодо композиції кадрів:

— **Увага на об'єкті зйомки.** Вибір об'єкту визначає результати зйомки. Потрібно помічати варті уваги предмети навколо себе. Що цікавіший об'єкт зйомки, то краща фотографія;

— **Правило третин.** Необхідно змістити з центру об'єкт у кадрі. Розташування основних елементів уздовж уявних ліній, що розділяють кадр на вертикальні й горизонтальні третини, додає зображенням привабливості;

— **Провідні лінії.** Це природні лінії, такі як стежки, залізничні колії, стіни або огорожі, що допомагають привернути увагу глядача до зображення. Ще краще, коли на шляху зникомої точки фокусування розташовано цікавий об'єкт;

— **Кадрування.** Це розташування об'єкта в природній рамці, наприклад у дверному проході. Дерева, лави або арка також допомагають привернути увагу на об'єкта;

— **Заповнення кадру.** Це збільшення об'єкта в кадрі під час зйомки дикої природи й портретів людей. Необхідно збільшити масштаб або наблизитися до об'єкта, щоб прибрати непотрібний простір навколо нього;

— **Простір для руху.** Рухомі об'єкти краще знімати, залишаючи простір перед ними. Наприклад, щоб сфотографувати автомобіль, варто спробувати розташувати його збоку кадру, щоб залишити перед ним простір для руху;

— **Діагоналі.** Це діагональні лінії, що перетинають кадр, створюючи відчуття драматичності й руху. Зазвичай діагоналі присутні в ширококутних знімках завдяки ширшій перспективі. Крім того, можна спробувати спрямувати об'єкти камери догори або донизу, щоб привернути увагу до цих ліній;

— **Зміна точки огляду.** Можна зробити свої знімки ще цікавішими, змінивши положення камери. Варто спробувати присісти на коліно або поставити камеру на підлогу, щоб отримати низький горизонт.

Або ж підняти камеру догори чи зайняти виграшну позицію для огляду зверху;

– **Текстура, візерунок і деталі.** Під час зйомки пейзажів, природи, архітектури чи дій можна наблизитися, щоб розглянути текстуру й деталі, додаючи іншого виміру своїм зображенням. Кольорові контрасти, симетрія та візерунки можна знайти будь-де. Варто пильно стежити за цими деталями;

– **Відчуття масштабу.** Додавання масштабу до зображень дає змогу привернути увагу до сцени та виділити точку фокусування. Зокрема, цей прийом особливо доречно застосовувати під час зйомки пейзажів. Для цього ідеально підходять фігури людей, адже їх одразу розпізнають глядачі.





## 3.2 Етап проведення знімання

Питання законності використання фото гостро стоїть для кожного, хто має справу з публічними медіа платформами. Журналіст, або ж навіть адміністратор корпоративного сайту працюючи з фотографіями, неодмінно має знати про певні ризики та проблеми, яка можуть трапитись. Найбільш нині очевидний ризик – це порушення авторських прав. Більше того, люди, які присутні на фотографії, можуть мати право на зображення.

Варто зазначити, що автором фото є саме та людина, творчою працею якої створено це саме зображення. Правовласник – це той, кому автор передав права на використання свого твору.



**Слід зазначити, коли саме можна публікувати зображення людини і не питати його згоду:**

- якщо знімки публікуються в державних, суспільних, або громадських інтересах;
- якщо фотографії зроблені в громадському місці, на вулиці, на якихось громадських зборах, на конференціях, на протестах, на мітингах, або на публічному заході, а людина при цьому не є основним об'єктом знімання;
- якщо особа фотографувалася за плату;
- якщо людина зображена на фото крупним планом, але сама фотографія відображає момент з публічного заходу, або, наприклад, є частиною репортажних знімань;

– фотографії публічних персон: політиків, депутатів, акторів, співаків, громадських діячів, спортсменів можна публікувати без їх дозволу. Але головною умовою є те, що інтерес до них повинен бути суспільно значущим. Тобто фото повинні відображати роботу цієї людини, а не його приватне життя. Інформація, яка найбільше цікавить так звану «жовту» пресу – це дані про перебування, або походження, місце проживання, особисте та сімейне життя – це інформація не для публічного доступу; якщо це викликано необхідністю захисту інтересів тієї людини, що є на фото.

**Із кожного  
університетського  
заходу фотографу  
прес-служби необхід-  
но мати певні знімки  
високої якості:**

**репортажні  
знімки того що  
відбувається,  
аудиторії та  
лектора**

**постановочні  
кадри для головно-  
го фото на сайт.**





**Важливо** пам'ятати, фотограф несе відповідальність за готовий результат, тому не бійтеся корегувати світло, прибирати предмети які заважають, або пересаджувати людей у залі (**до початку заходу!**). Готуйте простір для фото так, щоб не витратити багато часу на графічне редагування знімків. **Увага! Фото мають бути горизонтальні!**

Крім знімання заходів існує також і інша сфера діяльності фотографа. Одним із головних видів корпоративних знімань є **корпоративний портрет**. Це фотознімання працівників або керівників в офісі, або студії з подальшим розміщенням фотографій на сайті компанії.

Такий вид знімань у рамках університету здебільшого використовується для ознайомлення відвідувачів сайту з ректоратом університету, викладачами кафедр, студентською радою та працівниками прес-служби.

Слід зауважити, що якщо мова йде про корпоративні знімання керівника, то ефективніше і краще розпланувати процес фотосесії так, щоб у результаті отримати найбільше різних портретів під час одних знімань. Неодмінно заздалегідь спланувати знімання, узгодити графіки і продумати стилістику для різних локацій.

Важливо продумати і чітко з'ясувати що має відображати, як виглядати і що передавати людина в кадрі. Часто фотограф не замислюється, наскільки важливо, щоб керівник компанії був відображений у відкритій, простій позі, що відбиває гуманітарну спрямованість роботи.

### 3.3 Основні технічні вимоги і графічне редагування фото

Кожен сайт має свої особливості, саме тому існують основні технічні вимоги до знімків. Це питання розглянемо на прикладі сайту ННІ УФСК.

**Етап 1**

Після проведеного заходу фотограф має робочий матеріал (фото на флешці). Фотограф має зберігати кадри у первинному вигляді для архіву, або одразу скидати їх відповідальній особі для збереження на гугл диску. **Важливо пам'ятати, що для фотографа нашого інституту у пріоритеті для знімання мають бути: ректорат, викладачі та студенти саме нашого інституту.**

**Далі фотограф працює з чорновим матеріалом і починає створювати матеріали для сайту.**



Спершу фотокор відбирає найкращі знімки, які будуть розміщені на сайті **(5-10 кадрів)**. Тут варто пам'ятати що є **«головне»** фото, воно буде розміщене під назвою новини і відобразатись у новинній стрічці. Це фото має відображати суть події.

### Наприклад:

1. Якщо була презентація книги, головним фото може бути зображення самої книги/книга в руках у автора/постановочний кадр автор з аудиторією.

2. Якщо захід був спортивний, то головним фото може бути момент із фізичних вправ/постановочний кадр з нашими студентами

3. Якщо захід – це університетське свято, або день інституту, то головне фото – це постановочний кадр зі студентами, або живе фото викладачів.

**Інші фото** будуть відображатися безпосередньо при відкритті самої новини. Вони також мають бути інформативними. Переглядаючи фотоматеріал, аудиторії має бути зрозуміла суть події і не читаючи замітку. На цих фото мають бути: лектор заходу, присутні викладачі, студенти, гості.



Етап 2



**Обрав фото для сайту, фотограф готує їх для передачі адміністратору.**

**Перше**, що необхідно зробити – *відредувати фото*. Для цього має бути програма Adobe Photoshop. Саме там можна зробити найкращу ретуш фото.

### **Кадруємо фото**

Мається на увазі «відрізання» з фото зайвого.



**УВАГА! ФОТО ОБРІЗАЮТЬСЯ РІВНОМІРНО, БЕЗ ПОРУШЕННЯ ФОРМИ**

Використовуйте інструмент «Рамка», щоб обрізати і вирівняти зображення в Photoshop. Інструменти «Рамка» в Photoshop CC і CS6 є неруйнівними. Після кадрювання можна відновити частину обрізаного зображення, щоб підібрати найкращі кордони кадру.

- 1.** Виберіть інструмент «Рамка» на панелі інструментів. По краях зображення з'являться кордону кадру.
- 2.** Намалюйте нову область кадрювання та виділіть ручки кута і країв кадру на зображенні.

### **Вирівнюємо зображення**

Можна випрямити зображення під час кадрювання. Зображення буде повернуто і випрямляється до правильної орієнтації. Після повороту полотно автоматично змінює розмір. Щоб випрямити зображення, виконайте одну з наведених дій:

- 1.** Помістіть покажчик поблизу від кутових точок зображення і потягніть за нього мишею, щоб повер-

нути зображення. Зображення обертається під сіткою, яка з'являється всередині прямокутника кадру.

2. На панелі керування натисніть «Випрямити», потім за допомогою інструменту «Випрямлення» намалюйте опорну лінію, по якій буде випрямлятися фотографія. Наприклад, намалюйте лінію уздовж горизонту або краю фотографії, щоб випрямити зображення щодо нього.

## Корекція світла

Це зміна кольорів, тонів і насиченості зображення, застосовується або для поліпшення картинки, або в якості творчого прийому.

1. Автоматична корекція світла. Найпростіший і швидкий спосіб для новачків - автоматична корекція. Відкрийте зображення в Photoshop, створіть дублікат шару з зображенням (Ctrl + G). Перейдіть на дублікат шару і натисніть Shift + Ctrl + B. Ця команда Photoshop автоматично регулює контраст і колір зображення, самостійно визначаючи тіні, напівтони та світлі ділянки.

2. Один із основних способів освітлити фото - використання коригуючого шару Експозиція. Для цього просто клікніть на значок. Правою кнопкою миші натиснути на «створити новий шар, що коректує або шар-залівку» вибрати «експозиція». Коригування експозиції шару видає 3 повзунк: Exposure (Експозиція), Offset (Зрушення) і Gamma correction (Гамма-корекція). Перемістіть повзунок експозиції вправо, щоб освітлити фотографію. Повзунок Offset (Зсув) буде впливати на тіньову область фотографії. Перемістіть повзунок вправо, щоб освітлити тіні. Gamma correction (Гамма-корекція) впливає на середні тони на фото. На відміну від перших двох повзунків, переміщаємо Gamma correction (Гамма-корекція) повзунок вліво, щоб освітлити.



**Друге**, що потрібно зробити з відредагованими фото – змінити їх розмір під формат сайту. **РОЗМІР ГОЛОВНОГО ФОТО – 900\*600, РОЗМІР ІНШИХ ФОТО – 750\*500!!!**

Змінити розмір можна окремо для кожного фото в фотошоп:

1. Виберіть команду «Зображення» > «Розмір зображення».
2. Змініть розміри в пікселях.
3. Для збереження поточного співвідношення між висотою і шириною зображення виберіть пункт «Зберегти пропорції».

**ГОЛОВНЕ  
ФОТО  
900\*600**

**Третє**, що робить фотограф – створює папку з назвою події. Далі папка архівується (**ТІЛЬКИ .RAR**). Архів підписується прізвищем фотографа, назвою події і датою. *Наприклад: Напорко. День ННІ УФСК.18.05.2021*

**ІНШІ ФОТО  
750\*500**



### 3.4 Типові помилки фотографів початківців

Для заглиблення у вивчення цієї теми ми провели детальний аналіз робіт фотографів початківців прес-служби ННІ УФСК. На основі наших спостережень можемо зробити висновки про найпоширеніші помилки світлярів. Розглянемо їх детально:

**1. Розмитість знімків.** Це особливо сильно проявляється при зніманні з довгою витримкою. Іноді розмиття є задумкою і частиною композиції, але найчастіше такі знімки відбраковуються. Досить часто такі дефекти з'являються через невміння фотографом обрати налаштування фотоапарата під освітлення, особливо в темних аудиторіях. (див. фото 1)



фото 1

Уникнути цієї проблеми досить легко. Навчитись корегувати співставлення значення витримки, діафрагми та ISO. Особливо обережно варто експериментувати зі високими значеннями витримки. Є і гарні приклади робіт студентів в умовах поганого освітлення. (див. фото 2,3).



фото 2



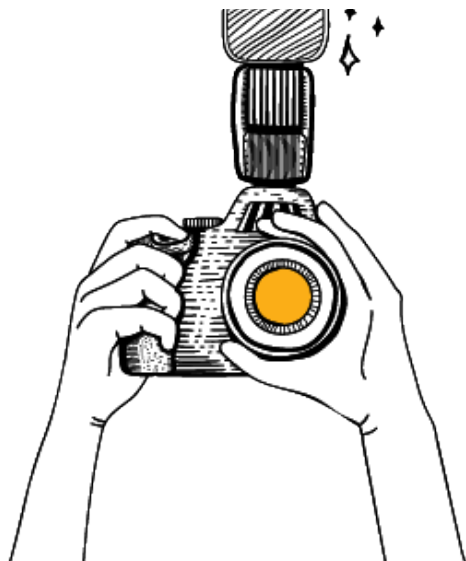
фото 3

## 2. Обрізані частини людей або пам'яток.

Дуже поширена помилка серед новачків. Типово зустріти на роботах молодих фотографів «обрізані» руки, ноги, або навіть голови людей. Найчастіше це проявляється коли фотограф концентрується на комусь одному і перестає звертати увагу на інших присутніх осіб на знімку. (див. фото 4). Таке фото не підлягає редагуванню.



фото 4



Правильним варіантом вирішення цієї проблеми буде приділення особливої уваги на кожного присутнього в кадрі. Якщо і сталась така ситуація, коли фото важливе, але фотограф випадково «відрізав» щось важливе, намагаємось кадрувати фото. (див. фото 5, 6).



фото 5



фото 6

**3. Переосвітлення.** Переосвітлення приховують деталі зображення і сильно відволікають увагу. Бажано не допускати засвітів на етапі фотозйомки. В крайньому випадку, від засвітів можна позбутися, якщо знімок був зроблений в RAW-форматі. Найчастіше з такими проблемами фотографи зіштовхуються у яскравий сонячний день, або в світлій аудиторії. (див. фото 7, 8).



фото 7



фото 8

**4. Погане освітлення об'єкту.** Тут все зрозуміло. За умови поганого освітлення якість фото падає. (див. фото 9, 10). По можливості для підсвічування об'єкту зйомки потрібно використовувати спалах. Значення ISO також неодмінно треба підняти.



фото 9



фото 10

**5. Завалювання горизонту.** Багато хто припускається помилки, тримаючи фотоапарат під час знімань злегка нахиленим. Лінія горизонту на знімках повинна бути паралельна нижньому і верхньому краю знімка. Багато фотоапаратів можуть відображати на екрані сітку, яка допомагає вирівнювати і кадрувати кадр. Проблема завалу горизонту також можна вирішити і при обробці. (див. фото 11, 12).



фото 11



фото 12

## 6. *Порушення пропорцій тіла людини.*

Неправильний ракурс може спотворити природні пропорції тіла. Наприклад, при зніманні зверху, людина буде здаватися з великою головою і короткими ногами. При зніманні знизу все буде навпаки. Якщо отримання такого знімка не є вашою метою, завжди стежте за ракурсом і пропорціями. (див. фото 13, 14).



фото 13



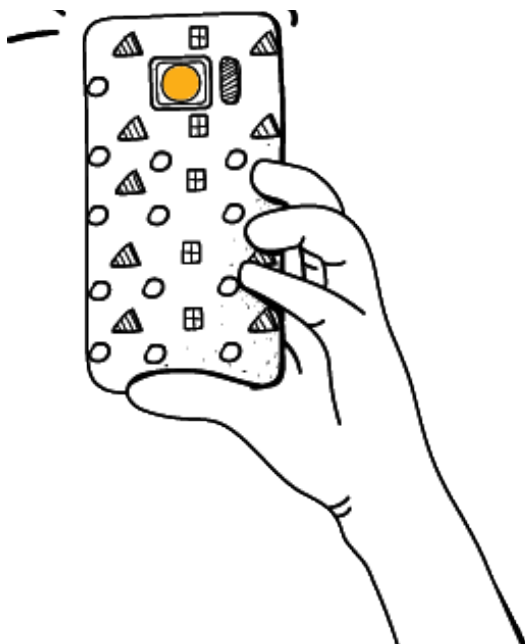
фото 14  
72



**7. Щось «росте» з голови.** Незалежно від того фотографуєте ви в приміщенні або на вулиці, відстежуйте фон на предмет об'єктів, які ростуть з голів портретованих. У приміщенні це може бути світильник, верхівка новорічної ялинки, на відкритому повітрі - найчастіше - дерева, стовпи, вуличні ліхтарі і дорожні знаки. (див. фото 15).



фото 15



8. «Погано вимита дошка». Від цієї помилки не застраховані і досвідчені фотографи штату прес-служби ННІ УФСК. Обов'язково треба звертати увагу на задній фон, щоб ніщо не відволікало увагу від головного об'єкта знімань. (див. фото 16, 17).



фото 16



фото 17

**9. Знімати природу, будівлі і деталі легко.** Як часто ця фраза лунає від фотографів початківців, і як мало з них знають хоча б основні правил знімань. Під час знімання ландшафтів не намагайтеся, щоб горизонт був посередині. За правилом золотого перетину, ділити кадр краще 2 до 3. (див. фото 18,19).



фото 18

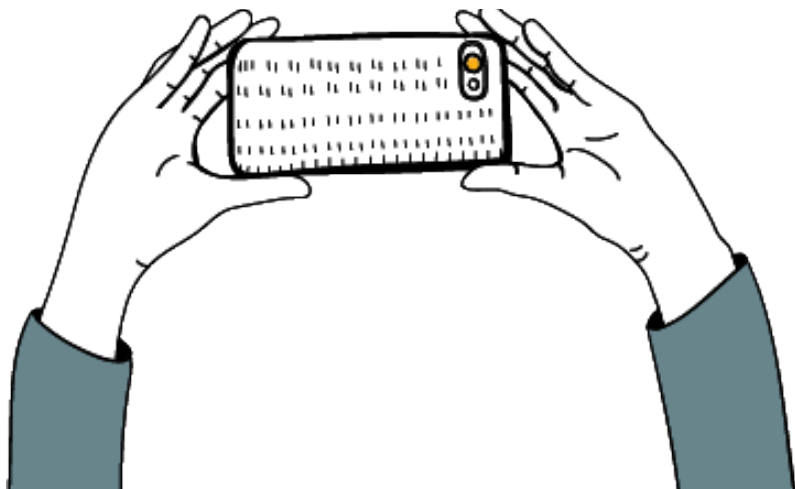


фото 19

**10. Багато сміття і відволікаючих деталей в кадрі.** З точки зору композиції є така категорія об'єктів - «фотосміття». Це небажані об'єкти, що потрапляють в кадр. Вони не несуть ніякого смислового навантаження і тільки відволікають увагу. (див. фото 20).



фото 20



## 11. Залишайте простір перед людиною.

Залежно від того, куди людина дивиться, чи куди розгорнуто його тіло, там і має бути вільний простір. (див. фото 21, 22).



фото 21



фото 22

# Додатки

## Завідувач відділу новин

1. Розподіляє кореспондентів і фотокореспондентів на події.



2. Відповідає за відвідування заходу кореспондентами і фотокореспондентами.



3. Збирає готові новинні матеріали:

- 1) текстове повідомлення – від РЕДАКТОРА,
- 2) фотографії – від ФОТОКОРЕСПОНДЕНТА.



4. За умови великої кількості помилок в роботі фотокореспондента повертає матеріал на доопрацювання. За умови невеликої кількості помилок редагує фото самостійно.



5. Перевіряє, чи зазначено АВТОРСТВО текстового повідомлення і фотографій.



6. Компонує текст і фото в одну папку (назва папки – ключові слова з назви події).



7. Заархівовує папку у форматі .rar



8. Відправляє папку адміністратору.



9. Контролює, чи ВИСТАВЛЕНА новина в новинну стрічку на сайті і у соцмережі (відповідно до дедлайну).

## *Кореспондент*

1. Отримує завдання від завідувача новинного відділу (координатора кореспондентів).



2. ГОТУЄТЬСЯ до збору матеріалу:  
назва події,  
дата проведення події,  
час проведення події,  
місце проведення події,  
організатори (імена, прізвища, посади, назви організації),  
учасники, гості тощо.



3. Якщо це можливо, пише «рибу» (заготовку).



4. Збирає матеріал на заході, дотримуючись СТАНДАРТИВ подання новинного повідомлення.



5. Пише КОРОТКЕ новинне повідомлення (Хто? Що зробив? Що? Що сталося? Де? Коли? Як? Чому?), дотримуючись СТРУКТУРИ новинного повідомлення і СТАНДАРТИВ подання інформації в новинних повідомленнях.



6. Зазначає своє АВТОРСТВО та фотокора свого повідомлення (в кінці тексту):

ім'я;

прізвище;

курс, група.

**!!! Саме в такій послідовності.**

Наприклад:

Автор: Анна Тиха, 4-Р

Фото: Руслан Крижанівський, 4-Р



7. Документ Word називає 1–2 ключовими словами з назви події + прізвище.

Наприклад:

Олімпіада. Тиха



8. Відправляє документ Word редактору.



## Фотокореспондент

1. Отримує завдання від завідувача новинного відділу, зокрема інформацію про подію:  
назва події,  
дата, час і місце проведення події.



2. Готується до збору матеріалу:  
домовляється, де і коли візьме техніку;  
заряджає фотокамеру;  
перевіряє пам'ять камери.



3. На заході фотографує різні ПЛАНИ (загальний, середній, половинний, крупний, детальний) і РАКУРСИ.



4. ВІДРАЗУ після події копіює фотографії на комп'ютер (ноутбук).



5. Усі фотографії (ОРИГІНАЛИ) заархівовує у форматі .rar і відправляє більд-редактору.



6. Відбирає до 10 якісних фотографій різних планів і ракурсів.

7. Стискає відібрані фото:  
ГОЛОВНЕ – до розмірів 900x600;  
РЕШТУ – ДО РОЗМІРІВ 750x500.



8. Відібрані фотографії переміщає в окрему папку. У НАЗВІ папки зазначає:  
1-2 ключових слова з НАЗВИ події.  
своє ПРІЗВИЩЕ;

Наприклад:  
Олімпіада. Бондар



9. Заархівовує папку з відібраними фото у форматі .rar.



10. Відправляє заархівовану папку з відібраними фото на пошту координатора кореспондентів.

Виробничо-практичне видання

# Посібник для працівників прес-служб освітніх закладів

---

О. О. Погрібна, Н. В. Напорко

*Художнє оформлення, верстання:  
Н. В. Напорко*

Формат 84x108/32. Ум. друк. арк. 1,68

Гарнітура Book Antiqua.

Мережне електронне видання - інтерактивний PDF

Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій

Черкаського національного університету

імені Богдана Хмельницького

Адреса: 18000, м. Черкаси, бул. Шевченка, 81, кімн. 117.

Тел. (0472) 37-13-16, факс (0472) 37-22-33

E-mail: [vydav@cdu.edu.ua](mailto:vydav@cdu.edu.ua), <http://www.cdu.edu.ua>.