


Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О.Б. Жильцов

« * » 2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агенційна журналістика

для студентів

спеціальності

061 Журналістика

освітнього рівня

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.05 Міжнародна журналістика

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Код ЄДРПОУ 45307985
Програма № <u>1149/24</u>
Начальник відділу моніторингу якості освіти 
(підпис) (прізвище, ініціал)
« * » 20 <u>24</u> р.

Київ – 2024

Розробник:


Бикова Ольга Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри міжнародної журналістики

Викладач:


Бикова Ольга Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
доцент кафедри міжнародної журналістики

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики

Протокол від « 30 » серпня 2024 року № 1

Завідувач кафедри міжнародної журналістики  Віталій ТЕРЕЦУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.05
Міжнародна журналістика
_____ . _____ . 2024 р.

Гарант освітньої програми  Ольга БИКОВА

Робочу програму перевірено
_____ . _____ . 2024 р.

Заступник декана  Вікторія СОШИНСЬКА

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____). «__» _____ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____). «__» _____ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____). «__» _____ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____). «__» _____ 20__ р., протокол №__

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	<i>денна</i>
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Курс	2
Семестр	3
Кількість змістових модулів з розподілом:	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі	120
<i>аудиторні</i>	56
<i>модульний контроль</i>	8
<i>семестровий контроль</i>	30
<i>самостійна робота</i>	26
форма семестрового контролю	екзамен

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Під час вивчення курсу «Агенційна журналістика» здобувачі знайомляться з сучасними технічними технологіями на прикладі розвитку новинної журналістики як найбільш гнучкої до технічних новинок у галузі.

Метою навчальної дисципліни «Агенційна журналістика» є ознайомлення з інформаційно-технологічними засадами розвитку й діяльності інформаційних агентств, їх досвідом, місцем і роллю у вітчизняному та світовому інформаційному просторі, вироблення навичок роботи з новинними матеріалами, засвоєння найважливіших вимог до написання повідомлень інформаційних агентств, ознайомлення з жанровим потенціалом новинної журналістики.

Завдання курсу:

- ознайомити здобувачів із основними етапами становлення і розвитку інформаційних агентств, їх роллю і місцем у процесах глобалізації;
- надати базові відомості про жанри новинної журналістики;
- з'ясувати особливості роботи журналіста інформаційного агентства;
- навчити опрацьовувати новинні масиви;
- навчити редагувати матеріали інформаційних агентств, адаптуючи їх до потреб потенційної аудиторії;
- забезпечити засвоєння здобувачами принципів побудови повідомлень світових та вітчизняних інформаційних агентств.

Вивчення курсу формує у здобувачів такі **компетентності:**

загальні:

ЗК01 – Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях;

ЗК04 – Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;

ЗК05 – Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій;

ЗК07 – Здатність працювати в команді.

спеціальні (фахові):

СК02 – Здатність формувати інформаційний контент;

СК03 – Здатність створювати медіапродукт;

СК04 – Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Унаслідок вивчення курсу «Агенційна журналістика» здобувач повинен *знати*:

- визначення основних категорій і понять курсу, об'єкти та суб'єкти агенційної журналістики;
- роль, професійні та посадові обов'язки журналіста в інформаційному агентстві;
- сучасну проблематику та жанрову специфіку агенційної журналістики;
- джерельну базу агенційної журналістики,
- особливості роботи в інформаційних агентствах;
- технологію створення матеріалів для інформаційного агентства;
- професійні стандарти агенційної журналістики,
- критерії оцінки якості та професійності сучасної агенційної журналістики.

уміти:

- самостійно та вільно орієнтуватися в теоретико-методологічних та практичних аспектах агенційної журналістики;
- професійно оперувати термінами, поняттями та ключовими категоріями з курсу;
- застосовувати отримані теоретичні знання на практиці;
- орієнтуватись у поточних подіях, виокремлювати головне та другорядне з подієвої картини дня, оцінювати та зіставляти події;
- відшукувати цікаві факти, помічати незвичні явища, визначати інформаційні приводи, коректно працювати з джерелами інформації, виявляти рівень критичного мислення під час перевірки даних;
- розрізняти факти й оціночні судження та адекватно використовувати їх в агенційної журналістики;
- працювати в команді, знаходити порозуміння з колегами у творчій групі, орієнтуватись у надзвичайних ситуаціях та обставинах;
- спиратись у роботі на професійні стандарти та керуватись морально-етичними нормами агенційної журналістики;
- орієнтуватись у проблемному полі сучасної агенційної журналістики;
- ефективно застосувати набуті навички з агенційної журналістики під час проходження практики в інформаційній агенції та в майбутній професійній діяльності.

У процесі вивчення дисципліни формуються такі програмні результати навчання:

РН2 – Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції;

РН03 – Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами;

PH04 – Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел;

PH13 – Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук;

PH14 – Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації;

PH15 – Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;

PH16 – Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію;

PH17 – Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах;

PHU19 – Визначати актуальність міжнародної проблематики медіапродуктів, реалізовувати професійну універсальність у тематичному полі ЗМІ.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторні				Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	
Змістовий модуль 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації						
Тема 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	2	2				
Тема 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	9	2			2	5
Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	4	2			2	
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств	4	2			2	
<i>Модульний контроль</i>	2					
<i>Разом</i>	21	8			6	5
Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики						
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	4	2			2	
Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	4	2			2	
Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	11	4			2	5
<i>Модульний контроль</i>	2					
<i>Разом</i>	21	8			6	5

Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку						
Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	2				2	
Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агентствами	2				2	
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	7				2	5
<i>Модульний контроль</i>	2					
<i>Разом</i>	13				6	5
Змістовий модуль 4. Організація роботи редакції новинної агенції						
Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агентств	2				2	
Тема 12. Розробка концепції студентської інформаційної агенції	2				2	
Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції	7				2	5
Тема 14. Створення матеріалів для інформаційних агенцій	22				16	6
<i>Модульний контроль</i>	2					
<i>Разом</i>	37				22	11
<i>Семестровий контроль</i>	30					
УСЬОГО	120	16			40	26

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Розвиток технологій новинної журналістики

Лекція 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (2 год.)

Поняття про інформаційне агентство. Переваги інформаційних агентств. Продукти інформаційних агентств. Форми власності інформаційних агентств. Світові інформаційно-аналітичні агентства. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 8-10, 13-16, 20.

Лекція 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (2 год.)

Передумови виникнення інформаційних агентств. Агентства преси, світові інформаційні служби, телеграфні агентства. Гавас (Navas), Вольф (Wolf), Ройтер (Reuters), Асошіейтед Прес (Associated Press, AP). Юнайтед прес (United Press, UP). Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP). Створення національних інформаційних агентств. Bloomberg.

Рекомендовані джерела: основні: 3, 5-6; додаткові: 8, 11, 17-19, 22.

Лабораторне заняття 1. Сучасний стан розвитку інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 8-10, 13-16, 20.

Лекція 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (2 год.)

Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України. «Кореспонденц бюро». Специфіка перших українських інформаційних агентств: Українське пресове бюро (1907), Український Інформаційний Комітет (1912-1914), Союз визволення України (СВУ) (1914), Пресова Квартира Українських Січових Стрільців (1914). Інформаційна діяльність уряду УНР (Державне Телеграфне Агентство), ЗУНР (Українська пресова служба; Пресова квартира Начальної команди Української Галицької Армії), гетьманату Павла Скоропадського (Українське телеграфне агентство (УТА); Бюро української преси), Директорії УНР (Бюро української преси), Радянської України (Українське Телеграфне Агентство (УкТА); Українське державне телеграфне агентство; Бюро української преси та інформації; УкРОСТА; Радіо-телеграфне агентство України). Інформаційне агентство Укрінформ. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях. УНІАН. Інтерфакс-Україна. РБК-Україна. Українські незалежні новини.

Рекомендовані джерела: основні: 3, 5, 7; додаткові: 12, 16, 20-21.

Лабораторне заняття 2. Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 8-10, 13-16, 20.

Лекція 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)

Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Xinhua News Agency, Yonhap News Agency. Японське інформаційне агентство Kyodo News.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Всеафриканське інформаційне агентство (Panafrikan News Agency – PANA), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN), Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств (ПАНІА), Організація національних інформаційних служб Латинської Америки – АСІН (Accion de Sistemas Informativos Nacionales – ASIN), Карибське інформаційне агентство (Caribbean News Agency – CANA), Пренса Латина (Prensa Latina – PL; Agencia Informativa Latinoamericana, S.A.), Латиноамериканське агентство спеціальної інформації (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Informacion – ALASEI), Організація інформаційних агентств країн Азії і Тихого океану (Organization of Asia – Pacific News Agencies – OANA), Інформаційне агентство країн (Перської) Затоки – ВАХ (Вікалят аль-Анба аль-Халідж, Gulf News Agency – GNA).

Рекомендовані джерела: основні: 1-3, 5; додаткові: 8, 14-15, 22.

Лабораторне заняття 3. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-3, 5; додаткові: 8, 14-15, 22.

Змістовий модуль 2.

Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики

Лекція 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (2 год.)

Правила цитування. Вживання цитат як підвищення довіри до журналістського матеріалу. Цитата як непряме вираження власної думки. Робота з джерелами інформації. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел. Офіційні й неофіційні джерела. Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації. Способи перевірки інформації за допомогою сучасних технологій.

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 4. Особливості журналістики новин (2 год).

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лекція 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (2 год.)

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, лід, сублід, основна частина, бекграунд (складові повідомлення інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, джерела інформації, бекграунд). Правило перевернутої піраміди. Правила написання ліду.

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 5. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лекція 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (4 год.)

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш (блискавка), факт, повідомлення, розширене повідомлення (заметка-коментар, заметка-виклад, анонс, статистична інформація), звіт, репортаж, інтерв'ю. Огляд ситуації на біржах. Аналітичні жанри (коментар, стаття, огляд). Портрет як жанр інформаційних агентств: портрет-довідка, бліц-портрет. Подкаст. Лонгрід. Інфографіка.

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 6. Жанри матеріалів інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Змістовий модуль 3.**Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку****Лабораторне заняття 7. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (2 год.)**

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 8. Способи вираження позиції інформаційними агентствами (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 9. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

**Змістовий модуль 4.
Організація роботи редакції новинної агенції**

Лабораторне заняття 10. Організація і структура роботи інформаційних агентств (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 11. Створення концепції студентського видання (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 12. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (2 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

Лабораторне заняття 13-20. Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій (16 год.)

Рекомендовані джерела: основні: 1-4; додаткові: 7-8, 13-16, 20.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	Максимальна кіл-ть Балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	4	4				
Відвідування лабораторних занять	1	3	3	3	3	3	3	11	11
Робота на лабораторному занятті	10	3	30	3	30	3	30	11	110
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5	1	5	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
РАЗОМ:			67		67		63		156
Максимальна кількість балів: 353									
Розрахунок коефіцієнта: $353 / 60 = 5,88$									

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Змістовий модуль 1.

Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації

Тема: Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства.

Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.

Змістовий модуль 2.

Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики

Тема: Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств.

Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.

**Змістовий модуль 3.
Особливості роботи інформаційних агенцій на українському
медіаринку**

**Тема: Джерела інформації в роботі інформаційних агентств.
Фактчекінг.**

Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.

**Змістовий модуль 4.
Організація роботи редакції новинної агенції**

**Тема: Композиційні особливості написання матеріалів для власної
інформаційної агенції.**

Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.

Тема: Створення матеріалів для інформаційних агенцій.

Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.

Критерії оцінювання:

Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 бал.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота № 1

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді написання інформаційного огляду матеріалів різних інформаційних агенцій про резонансну подію.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

Модульна контрольна робота № 2

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації однієї з українських інформаційних агенцій, що виконана за запропонованою схемою.

Студенти за поданою схемою роблять презентацію діяльності інформаційної агенції (вибір агентства відбувається за жеребкуванням).

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint, Canva).

СХЕМА ОПИСУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГЕНЦІЇ

1. Логотип
2. Назва агенції
3. **Коротка характеристика агенції –**
 - 1) ***За формою функціонування:*** традиційна чи мережева.
 - 2) ***За спеціалізацією діяльності:*** загального профілю (універсальні), багатопрофільна, спеціалізована(тематична).
 - 3) ***За розповсюдженням та масштабом діяльності:*** національна, регіональна.

- 4) *За характером аудиторії, типом власника, джерелом фінансування, мовами подачі інформації, характером розповсюдження інформації (абонентська плата, передплата, вільний доступ)*
4. Історична довідка
5. Основні інформаційні продукти
 - 1) Основні тематичні напрямки
 - 2) Основні рубрики
 - 3) Особливості подачі пропонованої інформації
 - 4) Найуживаніші жанри
6. Статистичні дані (Приблизна кількість повідомлень за день, місяць, рік)
7. Координати редакції

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

Модульна контрольна робота № 3

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді презентації найуживаніших інформаційних та аналітичних жанрів (кожен студент обирає для аналізу одну вітчизняну чи світову інформаційну агенцію).

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Canva).

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

Модульна контрольна робота № 4

Модульна контрольна робота проходить у вигляді презентації інформаційних продуктів студентських інформаційних агенцій.

Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Агенційна журналістика» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** панельна дискусія, проблемно-пошуковий метод, метод модерації, робота в команді, ділові ігри, case-study, навчальні завдання – створення авторських інформаційних матеріалів, практичне дослідження роботи журналістів в інформаційних агентствах.

– **Методи письмового контролю:** тестування, письмова перевірка студентських інформаційних матеріалів.

– *Методи самоконтролю*: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Проаналізувати історію становлення та розвитку інформаційних агентств.
2. Охарактеризувати місце і роль інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.
3. Назвати причини виникнення перших світових інформаційних агентств.
4. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Шарля Гаваса.
5. Проаналізувати інформаційну діяльність Поля Юліуса Ройтера.
6. Проаналізувати інформаційні продукти агентства Ройтер.
7. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Вольфа.
8. Назвати етапи становлення інформаційного агентства Associated Press.
9. Проаналізувати інформаційні продукти Associated Press.
10. Проаналізувати інформаційні продукти агентства Bloomberg.
11. Проаналізувати інформаційні продукти Agence France-Presse.
12. Охарактеризувати зародження української агенційної журналістики у контексті світової.
13. Охарактеризувати специфіку перших українських інформаційних агентств.
14. Назвати інформаційні агентства ЗУНР та проаналізувати їх діяльність.
15. Проаналізувати інформаційну діяльність Державного Телеграфного Агентства.
16. Проаналізувати інформаційну діяльність Українського телеграфного агентства (УТА) та Бюро української преси (БУП).
17. Охарактеризувати роль Д. Донцова у створенні інформаційних агентств.
18. Проаналізувати діяльність інформаційних агентств радянської України.
19. Проаналізувати міжнародну діяльність Укрінформу.
20. Проаналізувати інформаційну діяльність агентства УНІАН.
21. Проаналізувати інформаційну діяльність агентства Інтерфакс-Україна.
22. Проаналізувати інформаційну діяльність агентства РБК-Україна.
23. Охарактеризувати сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств
24. Проаналізувати інформаційні продукти німецького інформаційного агентства DPA.
25. Проаналізувати інформаційні продукти польського агентства PAP.
26. Проаналізувати інформаційні продукти італійського агентства ANSA.
27. Окреслити роль та місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.
28. Проаналізувати значення об'єднань інформаційних агентств.
29. Порівняти сучасну вітчизняну та зарубіжну агенційну журналістику.
30. Дати визначення поняттю «інформаційна журналістика».
31. Проаналізувати класифікацію інформаційних агентств у залежності від їх організаційної форми.
32. Проаналізувати особливості вітчизняного ринку виробництва новин.

33. Назвати основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
34. Назвати причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
35. Розкрити значення поняття «інформаційний продукт» агентства.
36. Проаналізувати особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
37. Проаналізувати правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
38. Назвати регіональні інформаційні агентства України.
39. Охарактеризувати архітектуру повідомлень інформаційних агентств.
40. Дати визначення поняттям «слаглайн», «дейтлайн», «хедлайн».
41. Дати визначення поняттю «лід». Розкрити особливості побудови та види.
42. Дати визначення поняттю «бекграунд інформаційного повідомлення».
43. Назвати обов'язкові компоненти інформаційного повідомлення.
44. Назвати види джерел інформації та особливості їх використання.
45. Проаналізувати особливості використання цитат в повідомленнях інформаційних агентств.
46. Назвати способи вираження позиції інформаційних агентств.
47. Назвати основні жанри інформаційних агентств.
48. Дати визначення поняттям «факт» і «розширене повідомлення».
49. Дати визначення поняттю «замітка», назвати її види.
50. Дати визначення поняттю «інформаційний звіт».
51. Дати визначення поняттям «інтерв'ю» та «репортаж» у практиці інформаційних агентств.
52. Дати визначення поняттю «портрет».
53. Назвати чинники, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.

Приблизний екзаменаційний тест

1. Перше світове інформаційне агентство було засноване:
 - 1) Шарлем-Луї Гавасом у Парижі;
 - 2) Шарлем-Луї Гавасом у Марселі;
 - 3) Шарлем-Мішелем Гавасом у Сорбонні;
 - 4) Шарлем- Мішелем Гавасом у Тулузі.
2. Національне інформаційне агентство Укрінформ стало ініціатором створення організації інформаційних агентств:
 - 1) ЕАНА;
 - 2) ОАНА;
 - 3) ПАНІА;
 - 4) ПАРНІА
3. Найбільшим інформаційним агентством світу є агентство:
 - 1) Thomson;

- 2) Reuters;
 - 3) Thomson-Reuters;
 - 4) Thomson-Bloomberg.
4. Жанр портрета у практиці інформаційних агентств має такі різновиди:
- 1) блиц-портрет, портрет-довідка;
 - 2) шот-портрет, портрет-біографія;
 - 3) блиц-портрет, портрет-ретроспектива;
 - 4) портрет-довідка, портрет-інформація.
5. У якій власності перебувають провідні агенції Японії та Південної Кореї:
- 1) приватній;
 - 2) державній;
 - 3) кооперативній;
 - 4) акціонерній.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	90–100
Дуже добре	82–89
Добре	75–81
Задовільно	69–74
Достатньо	60–68
Незадовільно	0–59

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на лабораторних заняттях, виконання самостійної роботи, складання модульних контрольних робіт та інших видів контролю.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на лабораторних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- своєчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

Разом: 120 год., з них лекційних — 16 год., практичні заняття — 40 год., модульний контроль — 8 год., самостійна робота — 26 год., семестровий контроль — 30 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації (67 балів)				Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики (67 балів)		
	1	2	3	4	5	6	7
Теми лекцій	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (1 бал)	Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (1 бал)	Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (1 бал)	Регіональні об'єднання інформаційних агентств (1 бал)	Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (1 бал)	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (1 бал)	Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (2 бали)
Теми практичних занять		Сучасний стан розвитку інформаційних агентств (11 балів)	Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств (11 балів)	Регіональні об'єднання інформаційних агентств (11 балів)	Особливості журналістики новин (11 балів)	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (11 балів)	Жанри матеріалів інформаційних агентств (11 балів)
Самостійна робота		(5 балів)				(5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)		

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку (63 бали)			Змістовий модуль 4. Організація роботи редакції новинної агенції (156 балів)			
Теми	8	9	10	11	12	13	14
Теми практичних занять	Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (11 балів)	Способи вираження позиції інформаційними агентствами (11 балів)	Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Факчекінг (11 балів)	Організація і структура роботи інформаційних агентств (11 балів)	Створення концепції студентського видання (11 балів)	Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (11 балів)	Створення матеріалів для інформаційних агенцій (88 балів)
Самостійна робота		(5 балів)				(5 балів)	(5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)			Модульна контрольна робота 4 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Екзамен						

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Обов'язкові:

1. Аньєс І. Підручник із журналістики. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
2. Березенко В., Тернова А. Інформаційні агенції в Україні та світі: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 164 с.
3. Гарматій О. Агенційна журналістика: навч. посіб. Львів : Сполом. 2015. 176 с.
4. Мазаний В. Журналістика інформаційного агентства: навч. посіб. Рівне : Волинські обереги. 2022. 420 с.
5. Саприкін О. Сучасні інформаційні агентства: підручник. Київ : НАКККиМ, 2014. 392 с.
6. Сучасна агенційна журналістика: Довідник для студентів Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / Упор. В. Я. Миронченко. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. 148 с.
7. Шотурма Н. Організація роботи прес-служб та інформагентств : хрестоматія до дисципліни. Івано-Франківськ : ПНУ, 2019. 85 с.

Додаткові:

8. Больц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
9. Вайшенберг З. Новинна журналістика: стандарти якості журналістської практики: навч. посіб. Київ : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2011. 262 с.
10. Дацків І., Гринчишин А. Інформаційно-аналітична діяльність світових інформаційних агентств // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. 2016. Вип. 4 (04). С. 25–29.
11. Климнюк Т.А. “Reuters” – провідне інформаційне агентство світу // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Луцьк, 2010. № 21. С. 115–118.
12. Михайлов А. І. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ»: буклет. Київ : Укркоопреклама, 2003. 28 с.
13. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.
14. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти / Книжка для читання та підручник. Київ : Центр вільної преси, 2017. 312 с.
15. Рус-Моль Ш. Журналістика : Посібник / Пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
16. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції // Обрії друкарства. 2018. № 1(6). С. 201–208.

17. Срібняк І. Інформаційна агенція «Рейтер»: виникнення, особливості розвитку, сучасний стан // Літературний процес : методологія, імена, тенденції. 2014. № 3. С. 65–69.
18. Срібняк І. В., Палієнко М. Г. Британська преса і журналістика в XVII–XX ст. Київ, 2005. 26 с.
19. Супруненко С. Історія виникнення та розвитку інформаційних агентств. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdakk/2009_2/23.html
20. Фоменко В. Основні етапи виходу інформаційного агентства Укрінформ на ринок економічних новин (1990-2010) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2010. № 903. С. 89–94.
21. Фоменко В. Укрінформ: на шляху від об'єкта до суб'єкта світового новинного простору // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2016. № 10. С. 54–59.
22. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.

9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

1. Агентство “Асошіейтед Прес”. URL: <https://www.ap.org/>
2. Агентство “Інтерфакс-Україна”. URL: <https://interfax.com.ua/>
3. Агентство “Кіодо Цусін”. URL: <https://www.kyodo.co.jp/>
4. Агентство “Ройтерс”. URL: <https://www.reuters.com/>
5. Агентство “Укрінформ”. URL: <https://www.ukrinform.net/>
6. Агентство “УНІАН”. URL: <https://www.unian.net/>
7. Агентство “Франс Прес”. URL: <https://www.afp.com/>
8. Альянс Середземноморських інформаційних агентств. URL: <https://www.aman-alliance.org/>
9. Законодавча база Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
10. Міністерство юстиції України. URL: <https://minjust.gov.ua/>
11. Об’єднання європейських інформаційних агентств. URL: <https://www.newsalliance.org/>
12. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону. URL: <https://www.oananews.org/>
13. Федерація арабських інформаційних агентств. URL: <https://www.fananews.com/>
14. Reuters Handbook of Journalism. London, 2008. 535 p. URL: <https://www.trust.org/contentAsset/raw-data/652966ab-c90b-4252-b4a5-db8ed1d438ce/file>