

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов

«___» _____ 2025

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агенційна журналістика

для студентів

спеціальності

061 Журналістика

освітнього рівня

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.01 Журналістика

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307985
Програма № 3848/25
Начальник відділу моніторингу якості освіти
Григорук
(підпис) (прізвище, ініціали)
«___» _____ 20 25 р.

Київ – 2025

Розробник:

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

Викладач:

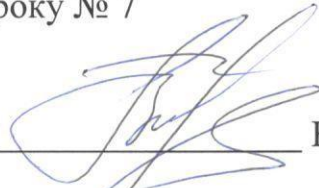
Бикова Ольга Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри міжнародної журналістики

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

Протокол від «30» січня 2025 року № 7

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики



Віталій ТЕРЕЩУК

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.01 Журналістика

_____. _____. 2025 р.

Гарант освітньої програми

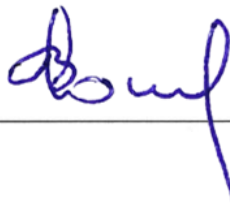


Андрій БОРЕЦЬ

Робочу програму перевірено

_____. _____. 2025 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>	<i>заочна</i>
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	1	1
Семестр	2	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	4	4
Обсяг кредитів	4	4
Обсяг годин, в тому числі	120	120
<i>аудиторні</i>	56	16
<i>модульний контроль</i>	8	-
<i>семестровий контроль</i>	30	-
<i>самостійна робота</i>	26	104
форма семестрового контролю	екзамен	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 в українському 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 українських інформаційних агентств.

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

спеціальні (фахові):

- **СК2** Здатність формувати інформаційний контент;
- **СК3** Здатність створювати медіапродукт;
- **СК4** Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність;
- **СК5** Здатність ефективно просувати створений медіапродукт;
- **СК6** Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

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:

- **ПРН1** Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань;
- **ПРН8** Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань;
- **ПРН11** Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою;
- **ПРН12** Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою;

- **ПРН14** Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації;
- **ПРН15** Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення;
- **ПРН17** Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах;

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторні				Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	
Змістовий модуль 1						
Інформаційні агентства у медіасистемі						
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	
Модульний контроль	2					
Разом	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	9	2			2	5
Модульний контроль	2					
Разом	19	6			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	2				2	

інформаційними агентствами						
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	7				2	5
<i>Модульний контроль</i>	2					
Разом	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	24				18	6
<i>Модульний контроль</i>	2					
Разом	37				24	11
Семестровий контроль	30					
УСЬОГО	120	14			42	26

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторні				Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	
Змістовий модуль 1 Інформаційні агентства у медіасистемі						
Тема 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	2	2				
Тема 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	13					13
Тема 3. Формування досвіду українських	2				2	

інформаційних агентств у світовому контексті						
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств	13					13
<i>Разом</i>	30	2			2	26
Змістовий модуль 2 Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики						
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	2				2	
Тема 6. Архітектура повідомлень інформаційних агентств	2				2	
Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	28	2				26
<i>Разом</i>	32	2			4	26
Змістовий модуль 3 Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку						
Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	8					8
Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агентствами	8					8
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	10					10
<i>Разом</i>	26					26
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	2				2	
Тема 14. Створення матеріалів для інформаційних агенцій	26					26
<i>Разом</i>	32				6	26
УСЬОГО	120	4			12	104

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1.

Інформаційні агентства у медіасистемі

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 (Havas), Вольф (Wolf), Ройтер (Reuters), Асошіейтед Прес (Associated Press). 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 (Panafrican 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 (2 год.)

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш (блискавка), факт, повідомлення, розширене повідомлення (замітка-коментар, замітка-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 13-21. Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій (18 год.)

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

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Денна форма навчання

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3				
Відвідування лабораторних занять	1	3	3	3	3	3	3	12	12
Робота на лабораторному занятті	10	3	30	3	30	3	30	12	120
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		66		63		167
Максимальна кількість балів: 363									
Розрахунок коефіцієнта: $363/60 = 6,05$									

Заочна форма навчання

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1				
Відвідування лабораторних занять	1	1	1	2	2			3	3
Робота на лабораторному занятті	10	1	10	2	20			3	30
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	10	1	5	3	15	1	5
Разом:			22		28		15		38
Максимальна кількість балів: 103									
Розрахунок коефіцієнта: $103/60=1,72$									

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Денна форма навчання

№ теми	Назва теми	К-ть годин	Бали
Змістовий модуль 1.			
2	Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.	5	5
Змістовий модуль 2.			
7	Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.	5	5
Змістовий модуль 3.			
10	Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.	5	5
Змістовий модуль 4.			
13	Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.	5	5
14	Ознайомитися з літературою до теми. Виконати тестові завдання.	6	5

Заочна форма навчання

№ теми	Назва теми	К-ть годин	Бали
Змістовий модуль 1.			
2	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	13	5
4	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	13	5
Змістовий модуль 2.			
7	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	26	5
Змістовий модуль 3.			
8	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	8	5
9	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	8	5
10	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	10	5
Змістовий модуль 4.			
14	Ознайомитися з основними та додатковими рекомендованими джерелами до теми. Виконати тестові завдання.	26	5

Критерії оцінювання – кожна робота оцінюється у 5 балів.

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 запропонованої 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 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

Форма проведення семестрового контролю — *екзамен*.

Екзамен проводиться у письмовій формі (виконання тестових завдань).

Критерії оцінювання: 1 правильно виконане завдання — 1 бал.
Максимальна кількість балів — 40.

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 українську та зарубіжну агенційну журналістику.
30. Дати визначення поняттю «інформаційна журналістика».
31. Проаналізувати класифікацію інформаційних агентств у залежності від їх організаційної форми.
32. Проаналізувати особливості українського 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 українських 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 українських та зарубіжних інформаційних агентств.

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

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

Денна форма навчання

Разом: 120 год., з них лекційних — 14 год., лабораторні заняття — 42 год., модульний контроль — 8 год., самостійна робота — 26 год., семестровий контроль — 30 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1 Інформаційні агентства у медіасистемі (67 балів)				Змістовий модуль 2 Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики (66 балів)		
Теми	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 (1 бал)
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		Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (5 балів)				Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (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 (167 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 (99 балів)
Самостійна робота		Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг (5 балів)				Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (5 балів)	Створення матеріалів для інформаційних агенцій (5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)			Модульна контрольна робота 4 (25 балів)			
Підсумковий контроль	ЕКЗАМЕН						

Заочна форма навчання

Разом: 120 год., з них лекційних — 4 год., практичні заняття — 12 год., самостійна робота — 104 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1 Інформаційні агентства у медіасистемі (22 бали)				Змістовий модуль 2 Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики (28 балів)		
Теми	1	2	3	4	5	6	7
Теми лекцій	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (1 бал)						Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (1 бал)
Теми лабораторних занять			Визначення структурно-творчих особливостей		Особливості журналістики новин (11 балів)	Архітектоніка повідомлень інформаційних	

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. МIRONЧЕНКО. 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. Ботьц 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. К.: 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. К.: 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.nbuv.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>