

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б. Жильцов
2022 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агенційна журналістика

для студентів

спеціальності	061 Журналістика
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.05 Міжнародна журналістика



Київ – 2022

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 «5» вересня 2022 року № 1

Завідувач кафедри

міжнародної журналістики _____ Терещук В. І.

**Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 061.00.05
Міжнародна журналістика**

_____ . _____ . 2022 р.

Гарант освітньої програми _____ Бикова О. М.

Робочу програму перевірено

_____ . _____ . 2022 р.

Заступник декана _____ Сошинська В. Є.

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
Агенційна журналістика	
	Денна
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120
Курс	1
Семестр	2
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» студенти 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 із жанровим потенціалом новинної журналістики.

Завдання курсу:

- ознайомити студентів 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 для інформаційного агентства;
- навчити опрацьовувати новинні масиви;
- навчити редагувати матеріали інформаційних агентств, адаптуючи їх до потреб потенційної аудиторії;
- забезпечити засвоєння студентами принципів побудови повідомлень світових та вітчизняних інформаційних агентств.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Унаслідок вивчення курсу «Агенційна журналістика» студент знатиме:

- визначення основних категорій і понять курсу, об'єкти та суб'єкти агенційної журналістики;
- роль, професійні та посадові обов'язки журналіста в агенційній журналістиці;
- сучасну проблематику та жанрову специфіку агенційної журналістики;
- джерельну базу агенційної журналістики,
- особливості роботи в агенційній журналістиці;
- технологію створення агенційної журналістики;
- професійні стандарти агенційної журналістики,
- критерії оцінки якості та професійності сучасної агенційної журналістики;
- проблеми та болючі питання сучасної агенційної журналістики.

Студент умітиме:

- 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, залучатись до проблемних дискусій з етико-правових та професійних питань агенційної журналістики на сторінках фахових видань, Інтернет-сайтів, ініціювати дискусії серед професійної спільноти в соціальних мережах;
- ефективно застосувати набуті навички з агенційної журналістики під час проходження практики в інформаційній агенції та в майбутній професійній діяльності.

Вивчення курсу формує у студентів освітньої програми 061.00.05. Міжнародна журналістика такі компетентності: **фахові (ФК-4** – Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність, **ФК-12** – Здатність подавати інформацію у відповідній жанру текстово-візуальній формі з використанням сучасних інформаційних технологій.

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми «Міжнародна журналістика»: **ПРН7** – Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег; **ПРН13** – Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук; **ПРН19** – Визначати актуальність міжнародної проблематики медіа-продуктів, 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	
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 інформаційними агентствами	2				2	
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	7				2	5
Модульний контроль	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
Модульний контроль	2					
Разом	37				24	11
Підготовка до семестрового контролю	30					
Усього	120	14			42	26

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1

Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації

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

Поняття про інформаційне суспільство як суспільство індустрії образів і знань. П'ять інформаційних революцій суспільства. Розробка та широке використання інтелектуальних технологій подання (презентації) знань і фактів; роботизація новинних потоків і первинної аналітичної обробки; віртуалізація виробничих циклів видання. Відмова від односпрямованих способів комунікації на користь інтерактивних, що ведуть до виконання журналістом функції навігатора в інформаційному просторі.

Література основна: 2, 3, 5.

Література додаткова: 10, 11, 13, 16, 19.

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), Рейтер (Reuters), Асошіейтед Прес (Associated Press). Юнайтед прес (United Press – UP). Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP). Створення національних інформаційних агентств. Телеграфні агентства та агентства преси Радянського Союзу. Угода 1970 року про розподіл зон впливу між світовими інформаційними агентствами. Сінхуа. Bloomberg. Tomson-Reuters. Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press. Світові, регіональні та національні інформаційні агентства. Форми власності інформаційних агентств.

Література основна: 6, 7.

Література додаткова: 13, 17, 29.

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

Література основна: 2, 3, 5.

Література додаткова: 10, 11, 13, 16, 19.

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

Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України. Специфіка перших українських інформаційних агентств: Перше українське пресове бюро (1907), Українській Інформаційний Комітет (1912), Союз визволення України (СВУ) (1914), Пресова Квартира Українських Січових Стрільців (1914). Інформаційна діяльність уряду УНР, ЗУНР, гетьманату Павла Скоропадського, директорії УНР, Радянської України. Інформаційне агентство Укрінформ та його попередники. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях.

Література основна: 3-5.

Література додаткова: 12, 14, 18-19.

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

Література основна: 6, 7.

Література додаткова: 12–14, 17–19.

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

Державні та корпоративні інформаційні агентства. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіудо Цусін.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), 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), Союз латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

Література основна: 6, 7.

Література додаткова: 13, 17, 29.

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

Література основна: 6, 7.

Література додаткова: 13, 17, 29.

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.

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 15, 20, 21, 26-28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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.

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

Лекція 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (2 год.)

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, блиц-портрет. Фінансово-статистичні жанри інформації. Застосування штучного інтелекту для написання фінансових новин.

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

Змістовий модуль 3**Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку (12 год. лаб. занять)****Лабораторне заняття 7. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (2 год.)**

Література основна: 1, 4–5, 9.

Література додаткова: 15, 20, 21, 23–25, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

Змістовий модуль 4.

Організація роботи редакції новинної агенції

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

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

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

Лабораторне заняття 13-21. Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій (18 год.)

Література основна: 1, 4–5.

Література додаткова: 9, 15, 20, 21, 26–28.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	М 1		М 2		М 3		М4	
		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	3	3				
Відвідування лабораторних занять	1	3	3	3	3	3	3	12	12
Робота на лабораторном у 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	$363/60=6,05$								

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. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

Змістовий модуль 2

Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики

Тема: Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

Змістовий модуль 3

Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку

Тема: Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

Змістовий модуль 4

Організація роботи редакції новинної агенції

Тема: Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

Тема: Створення матеріалів для інформаційних агенцій. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

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 (2 год.).

Модульна контрольна робота № 2

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації однієї з українських регіональних інформаційних агенцій, що виконана за запропонованою схемою (2 год.).

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

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi).

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) Основні особливості подачі пропонованої інформації
 - 4) Основні жанри інформаційного продукту
6. Статистичні дані (Приблизна кількість повідомлень за день, місяць, рік)
7. Координати редакції

Модульна контрольна робота № 3

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації підбірки інформаційних та аналітичних жанрів у вітчизняних та світових інформаційних агенціях.

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi).

Модульна контрольна робота № 4

Модульні контрольні роботи проходять у вигляді презентації дайджесту Інформаційних бюлетенів, виконаних протягом семестру кожною, з утворених редакцій (4 год.).

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:* індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- *Методи письмового контролю:* модульне письмове тестування.
- *Методи самоконтролю:* уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Агенційна журналістика»

Курс	1 курс
Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	061.00.05 Міжнародна журналістика
Форма проведення	Екзамен проходить у вигляді письмового тестування в ЕНК. Кожне питання оцінюється в 1 бал. 40 тестових питань – 40 балів. У результаті – студенти мають можливість отримати максимальну кількість балів – 40 балів.
Тривалість проведення	1 година 20 хвилин
Максимальна кількість балів	40 балів
Критерії оцінювання	<p>40-38 – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками</p> <p>37-35 – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок</p> <p>34-30 – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок</p> <p>29-25 – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності</p> <p>24-20 – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)</p> <p>19-1 – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання</p>
Перелік допоміжних матеріалів	Див. список рекомендованої літератури навчальної програми «Агенційна журналістика».
Орієнтовний перелік питань	<i>Перелік питань та орієнтовне екзаменаційне завдання див. нижче</i>

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. Охарактеризувати зародження української агенційної журналістики у контексті світової.
5. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Шарля Гаваса.
6. Проаналізувати інформаційну діяльність Поля Юліуса Рейтера.
7. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Рейтер.
8. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Вольфа.
9. Назвати етапи становлення інформаційного агентства «Ассошіейтед Прес».
10. Розкрити історичне значення угоди між інформаційними агентствами 1870 року.
11. Назвати підстави для створення першого російського офіційного інформаційного агентства.
12. Назвати особливості інформаційного агентства «Трансоцеан».
13. Назвати причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими.
14. Розкрити вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
15. Назвати попередників інформаційних агентств України.
16. Проаналізувати діяльність Українського державного телеграфного агентства (УТА) та Українського телеграфічного агентства (УТА).
17. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства РАТАУ.
18. Проаналізувати діяльність Укрінформу.
19. Порівняти сучасну вітчизняну та зарубіжну агенційну журналістику.
20. Дати визначення поняттю «інформаційна журналістика».
21. Проаналізувати класифікацію інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
22. Проаналізувати особливості вітчизняного ринку виробництва новин.
23. Назвати основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
24. Назвати причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
25. Розкрити значення поняття «інформаційний продукт» агентства.
26. Проаналізувати діяльність українського незалежного інформаційного агентства «УНІАН».
27. Назвати транснаціональні інформаційні компанії.
28. Проаналізувати діяльність інформаційної групи Інтерфакс.
29. Назвати ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
30. Назвати сучасні інформаційні агентства Сполучених Штатів Америки.
31. Назвати сучасні інформаційні агентства Великобританії.

32. Назвати сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
33. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Китаю «Сінхуа».
34. Проаналізувати особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
35. Проаналізувати правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
36. Назвати регіональні інформаційні агентства України.
37. Назвати державні інформаційні агентства України.
38. Назвати інформаційні агентства он-лайн.
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 світових інформаційних агентств.
46. Назвати способи вираження позиції інформаційних агентств.
47. Назвати 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 – 14 год., практичні заняття – 42 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 26 год., семестровий контроль – 30 год.

Тиждень	I		II		III	IV		V
Модулі	Змістовий модуль I				Змістовий модуль II			
Назва модуля	Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації				Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики			
Кількість балів за модуль	67 балів				66 балів			
Лекції	1, 2		3	4	5	6	7	
Дати								
Теми лекцій	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (1 б.)	Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (1 б.)	Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (1 б.)	Регіональні об'єднання інформаційних агентств (1 б.)	Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (1 б.)	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (1 б.)	Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (1 б.)	
Теми практичних занять	Сучасний стан розвитку інформаційних агентств (10 + 1 б.)		Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств (10 + 1 б.)	Регіональні об'єднання інформаційних агентств (10+1 б.)	Особливості журналістики новин (10+1б.)	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (10+1б.)	Жанри матеріалів інформаційних агентств (10+1б.)	
Самостійна робота	(5 балів)					(5 балів)		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			
Тиждень	VI		VI-VII	VII	VIII	VIII –IX	IX	
Модулі	Змістовий модуль III				Змістовий модуль IV			
Назва модуля	Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку				Організація роботи редакції новинної агенції			
Кількість балів за модуль	63 бали				167 балів			
Теми практичних занять	Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (10+1 б.)		Способи вираження позиції інформаційними агентствами (10+1 б.)	Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг (10+1 б.)	Організація і структура роботи інформаційних агентств (10+1 б.)	Створення концепції студентського видання (10+1 б.) Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (10+1 б.)	Створення матеріалів для інформаційних агенцій (90+9 б.)	
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 : Пишемо для газет. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
2. Сучасна агенційна журналістика: Довідник для студентів Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / Упор. В. Я. Миронченко. К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. 148 с.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика: стандарти якості журналістської практики: Навчальний посібник. К.: Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2004. 262 с.
4. Саприкін О. Сучасні інформаційні агентства: підручник. К.: НАКККіМ, 2014. 392 с.
5. Срібняк І.В., Палієнко М.Г. Британська преса і журналістика в XVII–XX ст. К., 2005. 26 с.
6. Срібняк І.В., Палієнко М.Г. Зарубіжні мас-медіа : виникнення, особливості функціонування, основні тенденції розвитку (XVII–XX ст.). К.: Науково-дослідний центр орієнталістики ім. Омеляна Пріцака, 2011. 152 с.
7. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.

Додаткові:

8. Біяк О. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств у міжнародному інформаційному просторі // Молодий учений. 2016. №12 (39). С. 181–185.
9. Гарматій О. Діяльність провідних інформаційних агентств на телевізійних ринках як складова глобальних інформаційно-комунікаційних процесів // Теле- та радіожурналістика. 2016. № 15. С. 3–8.
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. Жиленко І.Р., Трубачова О.О. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, УКРІНФОРМ // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сімферополь, 2011. Т. 24 (63), № 4, ч. 1. С. 409–414.
12. Климнюк Т.А. “Reuters” – провідне інформаційне агентство світу // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Луцьк, 2010. № 21. С. 115–118.
13. Михайлов А.І. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ»: буклет. К.: Укркоопреклама, 2003. 28 с.

14. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. К.: Україна молода, 2010. 120 с.
15. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції // Обрії друкарства. 2018. №1 (6). С. 201–208.
16. Срібняк І. Інформаційна агенція «Рейтер»: виникнення, особливості розвитку, сучасний стан // Літературний процес : методологія, імена, тенденції. 2014. № 3. С. 65–69.
17. Супруненко С. Історія виникнення та розвитку інформаційних агентств. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdakk/2009_2/23.html
18. 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.
19. 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.
20. Больц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
21. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. К.: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
22. Йоганнес Л. Інвестигативний пошук / За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. А. Баканов, В. Климченко. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. 266 с.
23. Про інформаційні агентства: Закон України від 28 лютого 1995 року № 74/95-ВР (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-вр.#Text>
24. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
25. Про підприємництво: Закон України від 7 лютого 1991 року № 698-XII (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
26. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти / Книжка для читання та підручник. К.: Центр вільної преси, 2017. 312 с.
27. Посібник з верифікації / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. URL: http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf
28. Рус-Моль Ш. Журналістика : Посібник / Пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 343 с.
29. Reuters Handbook of Journalism. London, 2008. 535 p. URL: <https://www.trust.org/contentAsset/raw-data/652966ab-c90b-4252-b4a5-db8ed1d438ce/file>

Інтернет посилання:

30. Агентство “Асошіейтед Прес”. URL: <https://www.ap.org/>
31. Агентство “Інтерфакс-Україна”. URL: <https://www.interfax.com.ua/>

32. Агентство “Кіодо Цусін”. URL: <https://www.kyodo.co.jp/>
33. Агентство “Сінхуа”. URL: <https://www.xinhua.org/>
34. Агентство “Томсон-Ройтерс”. URL: <https://www.reuters.com/>
35. Агентство “Українські новини”. URL: <https://ukranews.com/>
36. Агентство “Укрінформ”. URL: <https://www.ukrinform.ua/>
37. Агентство “УНІАН”. URL: <https://www.unian.net/>
38. Агентство “Франс Прес”. URL: <https://www.afp.com/>
39. Альянс Середземноморських інформаційних агентств / Alliance of Mediterranean News Agencies. URL: <https://www.aman-alliance.org/>
40. Законодавча база Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>
41. Міністерство юстиції України. URL: <https://minjust.gov.ua/>
42. Об’єднання європейських інформаційних агентств / The European Alliance of News Agencies (EANA). URL: <https://www.newsalliance.org/>
43. Телевізійна мережа новин “BBC”. URL: <https://www.bbc.com/news>
44. Телевізійна мережа новин “CNN”. URL: <https://edition.cnn.com/>
45. Телевізійна мережа новин “Аль-Джазіра”. URL: <https://www.aljazeera.com/>
46. Федерація арабських інформаційних агентств / The Federation of Arab News Agencies. URL: <https://www.fananews.com/en/>