

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

- «ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи


_____ О.Б. Жильцов

« ___ » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Агенційна журналістика

для студентів

спеціальності	061 Журналістика
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.01 Журналістика

Київ – 2023



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 061.00.01 Журналістика

_____ . _____ . 2022 р.

Гарант освітньої програми _____ Погребняк І. В.

Робочу програму перевірено

_____ . _____ . 2022 р.

Заступник декана _____ Сошинська В. Є.

Пролонговано:

на 2023/2024 н.р. _____ (Терещук В. І.). «29» серпня 2023 р., протокол № 1

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	Заочна
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	6
Обсяг кредитів	4	6
Обсяг годин, в тому числі	120	120
Аудиторні	56	16
модульний контроль	8	
семестровий контроль	30	
самостійна робота	26	104
форма семестрового контролю	іспит	іспит

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 агенційній журналістиці;
- 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, залучатися 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 061.00.01. Журналістика такі компетентності: **загальні (ЗК-1** – Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати проблеми, **ЗК-2** – Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності, **ЗК-4** – Здатність до управління інформацією: пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, **ЗК-6** – Здатність породжувати нові ідеї, адаптації та дії в новій ситуації, **ЗК-7** – Здатність працювати в команді та автономно, планувати та організовувати діяльність, ініціативність, підприємливість, **ЗК-10** – Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя, **ЗК-11** – Здатність спілкуватися державною мовою.

фахові (ФК-1 – Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності, **ФК-2** – Здатність формувати інформаційний контент, **ФК-9** – Здатність до створення професійної психологічної безпеки, володіння технологіями цифрової безпеки; володіння навичками роботи журналіста в екстремальних умовах; уміння застосовувати критичне мислення і технології медіа-аналізу в умовах інформаційних війн).

Впродовж вивчення дисципліни мають бути досягнуті такі **програмні результати навчання** відповідно до опису освітньої програми «Журналістика»:

ПРН-1 – Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань,
ПРН-4 – Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел,
ПРН 6 – Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків, **ПРН-7** – Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег, **ПРН-13** – Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально комунікаційних наук, **ПРН-14** – Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов’язкових джерел інформації, **ПРН-15** – Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення, **ПРН-16** – Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.

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 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 медіа ринку						
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

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 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	13					13
Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	2				2	
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств	13					13
Разом	30	2			2	26
Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики						
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	2				2	
Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	2				2	
Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	28	2				26
Разом	32	2			4	26

Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіа ринку						
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
Разом	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
Разом	32				6	26
Усього	120	4			12	104

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.
РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

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, 13, 19.

Література додаткова: 10, 11, 16.

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), 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: 6-8.

Література додаткова: 13, 17, 29.

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

Література основна: 2, 3, 5, 13, 19.

Література додаткова: 10, 11, 16.

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

Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України. Російське телеграфне агентство (РТА), Міжнародне телеграфне агентство (МТА), Північне телеграфне агентство (ПТА). Санкт-Петербурзьке Телеграфне Агентство (СПТА). 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, дирекції 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: 6-8.

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: 6-8.

Література додаткова: 13, 17, 29.

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

Література основна: 6-8.

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, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

Література додаткова: 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, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

Література додаткова: 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, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

Література додаткова: 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, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

Література додаткова: 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, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

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

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

Література основна: 1, 4-5, 9.

Література додаткова: 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		М 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	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								

**Система оцінювання навчальних досягнень студентів
(заочна форма навчання)**

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	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	2	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

(для денної форми навчання)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. 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 II. 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 III. 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 IV. 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.

Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

(для заочної форми навчання)

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. 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.

Тема: Регіональні об'єднання інформаційних агентств. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. 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 III. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку

Тема: Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

Тема: Способи вираження позиції інформаційними агентствами. Виконати тестові завдання. 5 тестових завдань. Тестові завдання: за кожну правильну відповідь – 1 б.

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

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV. Організація роботи редакції новинної агенції

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:	журналістика
Форма проведення	Іспит 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 перекладання</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>

Порядок переведення рейтингових показників успішності

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
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.

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 «Ассошієтед Прес».
10. Розкрити історичне значення угоди між інформаційними агентствами 1870 року.
11. Назвати підстави для створення першого російського офіційного інформаційного агентства.
12. Охарактеризувати інформаційні агентства СПТА і ПТА.
13. Назвати особливості інформаційного агентства «Трансоцеан».
14. Назвати причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими.
15. Розкрити вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
16. Охарактеризувати радінформбюро та АПН.
17. Назвати особливості інформаційного агентства АПН.
18. Назвати попередників інформаційних агентств України.
19. Проаналізувати діяльність Українського державного телеграфного агентства (УТА) та Українського телеграфічного агентства (УТА).
20. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства РАТАУ.
21. Проаналізувати діяльність Укрінформу.
22. Порівняти сучасну вітчизняну та зарубіжну агенційну журналістику.
23. Дати визначення поняттю «інформаційна журналістика».
24. Проаналізувати класифікацію інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
25. Проаналізувати особливості вітчизняного ринку виробництва новин.
26. Назвати основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
27. Назвати причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
28. Розкрити значення поняття «інформаційний продукт» агентства.
29. Проаналізувати діяльність українського незалежного інформаційного агентства «УНІАН».
30. Назвати транснаціональні інформаційні компанії.
31. Проаналізувати діяльність інформаційної групи Інтерфакс.

32. Назвати ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
33. Назвати сучасні інформаційні агентства Сполучених Штатів Америки.
34. Назвати сучасні інформаційні агентства Великобританії.
35. Проаналізувати систему інформаційних продуктів ІТАР-ТАРС.
36. Назвати сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
37. Проаналізувати діяльність інформаційного агентства Китаю «Сінхуа».
38. Проаналізувати особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
39. Проаналізувати правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
40. Назвати регіональні інформаційні агентства України.
41. Назвати державні інформаційні агентства України.
42. Назвати інформаційні агентства он-лайн.
43. Охарактеризувати архітектуру повідомлень інформаційних агентств.
44. Дати визначення поняттям «слаглайн», «дейтлайн», «хедлайн».
45. Дати визначення поняттю «лід». Розкрити особливості побудови та види.
46. Дати визначення поняттю «бекграунд інформаційного повідомлення».
47. Назвати обов'язкові компоненти інформаційного повідомлення.
48. Назвати види джерел інформації та особливості їх використання.
49. Проаналізувати особливості використання цитат в повідомленнях світових інформаційних агентств.
50. Назвати способи вираження позиції інформаційних агентств.
51. Назвати жанри інформаційних агентств.
52. Дати визначення поняттям «факт» і «розширене повідомлення».
53. Дати визначення поняттю «замітка», назвати її види.
54. Дати визначення поняттю «інформаційний звіт».
55. Дати визначення поняттям «інтерв'ю» та «репортаж» у практиці інформаційних агентств.
56. Дати визначення поняттю «портрет».
57. 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.

7. Навчально-методична картка дисципліни

(денна форма навчання)

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	II-III	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 агентств на українському медіа ринку				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. Факчекінг 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	Іспит						

Навчально-методична картка дисципліни

(заочна форма навчання)

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

Тиждень	I	II	II-III	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	22 бали			28 балів		
Лекції	1			2		
Дати						
Теми лекцій	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (1 б.)			Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (1 б.)		
Теми практичних занять	Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств 10 + 1 б.			Особливості журналістики новин 10+1б.	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств 10+1б.	
Самостійна робота	(5 балів)		(5 балів)			(5 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 медіа ринку			Організація роботи редакції новинної агенції		
Кількість балів за модуль	15 бали			38 балів		
Теми практичних занять				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.
Самостійна робота	(5 балів)	(5 балів)	(5 балів)		(5 балів)	(5 балів)
Підсумковий контроль	Іспит					

8. Рекомендовані джерела

Обов'язкові:

1. Аньєс І. Підручник із журналістики : Пишемо для газет. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Біяк О. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств у міжнародному інформаційному просторі / О. Біяк // Молодий учений. – 2016. - №12 (39). – С. 181-185.
3. 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.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика : стандарти якості журналістської практики: Навчальний посібник / З. Вайшенберг. – К. : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2004. – 262 с.
5. Саприкін О. Сучасні інформаційні агентства : підручник / О. А. Саприкін. – К. : НАКККіМ, 2014. – 392 с.
6. Срібняк І. Інформаційна агенція «Рейтер»: виникнення, особливості розвитку, сучасний стан / І. Срібняк // Літературний процес : методологія, імена, тенденції. – 2014. – №3. – С.65-69.
7. Срібняк І. Британська преса і журналістика в XVII–XX ст. / І.В. Срібняк, М.Г. Палієнко. – К., 2005. – 26 с.
8. Срібняк І. Зарубіжні мас-медіа : виникнення, особливості функціонування, основні тенденції розвитку (XVII–XX ст.) / І.В. Срібняк, М.Г. Палієнко. – К. : Науково-дослідний центр орієнталістики ім. Омеляна Пріцака. – 2011. – 152 с.
9. 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:

10. Гарматій О. Діяльність провідних інформаційних агентств на телевізійних ринках як складова глобальних інформаційно-комунікаційних процесів / О.Д. Гарматій // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – № 15. – С. 3-8.
11. Дацків І. Інформаційно-аналітична діяльність світових інформаційних агентств / І. Дацків, А. Гринчишин // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2016. – Вип. 4 (04). – С. 25-29.
12. Жиленко І. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, УКРІНФОРМ / І.Р. Жиленко, О.О. Трубочова. – Сімферополь, 2011. – Т. 24 (63), № 4, ч. 1. – С. 409-414.
13. Климнюк Т. “Reuters” – провідне інформаційне агентство світу / Т.А. Климнюк // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2010. – № 21. – С. 115–118.
14. Михайлов А. І. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» : буклет / А. І. Михайлов. — К. : Укркоопреклама, 2003. — 28 с.

15. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. — 120 с.
16. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції / Г. Скуртул // Обрії друкарства. — 2018. — №1 (6). — С. 201-208.
17. Супруненко С. Історія виникнення та розвитку інформаційних агентств [Електронний ресурс] / С.І. Супруненко. — Режим доступу : http://www.nbuuv.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) / В. К. Фоменко // Вісник ХНУ. — Серія Соціальні комунікації. — 2010. — № 903. — С. 89-94.
19. Фоменко В. Укрінформ: на шляху від об'єкта до суб'єкта світового новинного простору / В. Фоменко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». — 2016. — № 10. — С. 54-59.
20. 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.
21. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. — Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. — 184 с.
22. Йоганнес Л. Інвестигативний пошук / За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. А. Баканов, В. Климченко. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. — 266 с.
23. Закон України «Про інформаційні агентства». — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
24. Закон України «Про інформацію». — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
25. Закони України «Про підприємництво». — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
26. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти / Книжка для читання та підручник. Київ : Центр вільної преси, 2017. — 312 с.
27. Посібник з верифікації [електронний документ] / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. — Режим доступу: 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. (http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page)

Інтернет посилання

30. Агентство “Асошіейтед Прес” <http://www.ap.org>
31. Агентство “Інтерфакс-Україна” www.interfax.com.ua
32. Агентство “Кіодо Цусін” www.kyodo.co.jp
33. Агентство “Сінхуа” www.xinhua.org

34. Агентство “Томсон-Ройтерс” <http://www.reuters.com>
35. Агентство “Українські новини” <http://ukranews.com>
36. Агентство “Укрінформ” www.ukrinform.ua
37. Агентство “УНІАН” www.unian.net
38. Агентство “Франс Прес” <http://www.afp.com>
39. Альянс Середземноморських інформаційних агентств www.aman-alliance.org
40. Законодавча база Верховної ради України <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
41. Інформаційний центр Міністерства юстиції України <http://www.informjust.ua/>
42. Міністерство Юстиції України <http://www.minjust.gov.ua/0/11739>
43. Об’єднання європейських інформаційних агентств <http://www.newsalliance.org>
44. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону www.oananeews.org
45. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА <http://bsanna-news.ukrinform.ua>
46. Телевізійна мережа новин “BBC” <http://news.bbc.co.uk>
47. Телевізійна мережа новин “CNN” <http://www.cnn.com>
48. Телевізійна мережа новин “Аль-Джазіра” <http://english.aljazeera.net>
49. Федерація арабських інформаційних агентств www.fananeews.com