



Університет  
сучасних  
знань

**КИЇВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ПРИВАТНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ  
«УНІВЕРСИТЕТ СУЧАСНИХ ЗНАНЬ»**

Циклова комісія з журналістики



**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
В.о. ректора

«30» серпня 2022 р

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОК 27 Агенційна журналістика**

**підготовка фахового молодшого бакалавра**

освітньо-професійної програми **Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

**Київ – 2022**

Робочу програму з дисципліни Агенційна журналістика праці для підготовки фахових молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою Журналістика спеціальності 061 Журналістика

Розробник: старший викладач - Михайло ХАНУКАЄВ

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії з журналістики  
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Голова циклової комісії  Інна БИТЮК  
(ім'я та прізвище)

Розглянуто і рекомендовано до затвердження педагогічною радою коледжу

Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

Директор коледжу  Світлана ШВИДЧЕНКО

## ЗМІСТ

1	Пояснювальна записка	4
2	Навчально-тематичний план дисципліни	6
3	Календарно-тематичний план дисципліни	6
4	Теми і плани лекційних занять	7
5	Теми і план семінарських занять	11
6	Теми і питання для самостійної роботи студентів	13
7	Методи активізації навчального процесу	15
8	Системи поточного та підсумкового контролю знань	15
9	Критерії оцінювання результатів навчання студентів	17
10	Література	18

# 1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Під час вивчення дисципліни “Агенційна журналістика” студенти ознайомляться із сучасними технічними технологіями на прикладі розвитку новинної журналістики як найбільш гнучкої до технічних новинок у галузі.

**Метою** 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.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- ознайомити студентів з 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.

Процес вивчення дисципліни ОК 27 Агенційна журналістика спрямована на формування елементів наступних компетентностей:

## **а) загальні компетентності (ЗК)**

ЗК 3 Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 4 Здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 5 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6 Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 14. Здатність критично мислити

## **б) спеціальні (фахові) компетентності (СК)**

СК 2 Здатність втілювати творчі задуми при створенні інформаційного продукту.

СК 3 Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК 4 Здатність формувати інформаційний контент.

СК 5 Здатність використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

СК 9 Здатність до редагування текстів.

СК 11 Здатність шукати і збирати інформацію.

## **Очікувані результати навчання**

РН 2 Знати загальні вимоги дотримання авторських та суміжних прав, захисту персональних даних, правил розповсюдження інформації.

РН 5 Володіти державною мовою вільно, а іноземною мовою на рівні, необхідному для виконання професійних завдань.

РН 10 Знати базові поняття, концепції в журналістиці, принципи журналістики, процеси створення інформаційних продуктів, традиційні та

інноваційні техніки і технології, пов'язаність етапів створення і методів поширення продукту (твору).

РН 12 Застосовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для пошуку та аналізу необхідно інформації у вирішенні практичних проблем.

РН 17 Використовувати сучасні мовленнєві норми комунікативної ефективності в різних видах комунікації.

РН 25 Прогнозувати реакцію цільової аудиторії на інноваційні медійні продукти, розробляти й реалізовувати моделі діяльності відповідно до потреб різних соціальних груп.

РН 26 Уміти працювати з контентом різного формату: фото-, відео-, аудіопродуктом, текстовим матеріалом, мультимедійним контентом.

РН 27 Створювати авторські медіа-продукти відповідно до потреб різних видів мас-медіа, ефективно використовуючи сучасні технології подачі інформації.

## 2. Навчально-тематичний план дисципліни

№	Назва розділу	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	Розділ 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації	26	8	6	12
2	Розділ 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики	23	8	6	9
3	Розділ 3. Особливості роботи редакції новинної агенції	19	6	4	9
4	Розділ 4. Організація роботи редакції новинної агенції	22	8	2	12
<b>Всього:</b>		<b>90</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>42</b>

## 3. Календарно-тематичний план дисципліни

№	Назва розділів і тем	Кількість годин			
		Усього	Лекції	Семінарські	Самостійні
1	2	3	4	5	6
<b>Розділ 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації</b>					
1	Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	7	2	2	3
2	Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	7	2	2	3
3	Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	7	2	2	3
4	Регіональні об'єднання інформаційних агентств	5	2	-	3
<b>Розділ 2 Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики</b>					
5	Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	9	4	2	3
6	Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	7	2	2	3
7	Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	7	2	2	3
<b>Розділ 3 Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіа ринку</b>					
8	Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	7	2	2	3

9	Способи вираження позиції інформаційними агентствами	5	2	-	3
10	Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	7	2	2	3
<b>Розділ 4 Організація роботи редакції новинної агенції</b>					
11	Організація і структура роботи інформаційних агентств	5	2	-	3
12	Розробка концепції студентської інформаційної агенції	5	2	-	3
13	Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції	7	2	2	3
14	Створення матеріалів для інформаційних агенцій	5	2	-	3
<b>Всього по дисципліні</b>		<b>90</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>42</b>

#### 4. Теми і плани лекційних занять

##### *Лекція 1*

*Тема. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства*

План:

1. Поняття про інформаційне суспільство як суспільство індустрії образів і знань.
2. 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.
3. Відмова від односпрямованих способів комунікації на користь інтерактивних, що ведуть до виконання журналістом функції навігатора в інформаційному просторі.

##### *Лекція 2*

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

План:

1. 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).
2. Створення національних інформаційних агентств.
3. Телеграфні агентства та агентства преси Радянського Союзу.
4. Угода 1970 року про розподіл зон впливу між світовими інформаційними агентствами. Сінхуа. Bloomberg. Tomson-Reuters.
5. Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press. Світові, регіональні та національні інформаційні агентства.
6. Форми власності інформаційних агентств.

### *Лекція 3*

*Тема. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті*

План:

1. Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України.
2. Міжнародне телеграфне агентство (МТА), Північне телеграфне агентство (ПТА).
3. 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).
4. Інформаційна діяльність уряду УНР, ЗУНР, гетьманату Павла Скоропадського, директорії УНР, Радянської України.
5. Інформаційне агентство Укрінформ та його попередники.
6. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях.

### *Лекція 4*

*Тема. Регіональні об'єднання інформаційних агентств*

План:

1. Державні та корпоративні інформаційні агентства.
2. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA.
3. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.
4. Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств.
5. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.
6. 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).

### *Лекція 5,6*

*Тема. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики*

План:

1. Правила цитування.
2. Вживання цитат як підвищення довіри до журналістського матеріалу.
3. Цитата, як непряме вираження власної думки.
4. Робота з джерелами інформації.
5. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела.
6. Особливості використання неідентифікованих джерел.
7. Офіційні й неофіційні джерела.
8. Зовнішні і внутрішні джерела.
9. Соціальні мережі як джерело інформації.



## 10. Способи перевірки інформації за допомогою сучасних технологій.

### *Лекція 7*

*Тема. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств*

#### План:

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

### *Лекція 8*

*Тема. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств*

#### План:

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

### *Лекція 9*

*Тема. Способи вираження позиції інформаційними агентствами*

#### План:

1. Стилiстичний спосiб, композицiйний спосiб.
2. Емоцiйно-експресивна й оцiночна лексика як спосiб вираження позицiї інформаційними агентствами.
3. Емоцiйно-забарвлена лексика у матеріалах інформаційних агентств.
4. Висвітлення агентствами інформації позитивно забарвленою лексикою.
5. Висвітлення агентствами інформації негативно забарвленою лексикою (мова ворожнечі).
6. Висвітлення агентствами інформації нейтрально забарвленою лексикою.

### *Лекція 10*

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

#### План:

1. Основні принципи перевірки.
2. Перевірка контенту, отриманого від читачів.
3. Перевірка зображень.
4. Перевірка відео.

5. Перевірка новинних подій і надзвичайних ситуацій за допомогою краудсорсингу.
6. Використання комп'ютерних програм для верифікації контенту, отриманого від користувачів. Інструменти перевірки.
7. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела.
8. Особливості використання неідентифікованих джерел.
9. Офіційні й неофіційні джерела.
10. Зовнішні і внутрішні джерела.
11. Соціальні мережі як джерело інформації. Сучасні технології перевірки інформації.

### *Лекція 11*

*Тема. Організація і структура роботи інформаційних агентств*

План:

1. Порівняльна структура світових та українських інформаційних агентств.
2. Інформаційні продукти та послуги.
3. Економічні моделі діяльності інформаційних агентств: моделі платного та вільного доступу до інформації, комбіновані моделі.
4. Універсалізація та спеціалізація діяльності агентств новин.

### *Лекція 12*

*Тема. Розробка концепції студентської інформаційної агенції*

План:

1. Стан і перспективи розвитку студентських мас-медіа.
2. Роль молодіжних мас-медіа України в інформаційному просторі.
3. Стан і тенденції розвитку студентських ЗМІ в Україні.

### *Лекція 13*

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

План:

1. Особливості написання матеріалів новинної журналістики з мовної точки зору.
2. Характеристика типових помилок.

### *Лекція 14*

*Тема. Створення матеріалів для інформаційних агенцій*

План:

1. Різновиди інформаційних агенцій.
2. Правові засади функціонуванні інформаційних агенцій різних видів.

## 5. Теми і плани семінарських занять

### Семінарське заняття № 1

*Тема. Сучасний стан розвитку інформаційних агентств*

План:

1. Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press, Xinhua.
2. Регіональні та національні інформаційні агентства.
3. Форми власності інформаційних агентств.
4. Конвергенція у діяльності сучасних агентств новин.

### Семінарське заняття № 2

*Тема. Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств*

План:

1. Порівняльна характеристика світових та українських інформаційних агентств.

### Семінарське заняття № 3

*Тема. Регіональні об'єднання інформаційних агентств*

План:

1. Державні та корпоративні інформаційні агентства.
2. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA.
3. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.
4. Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств.
5. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.
6. 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).

### Семінарське заняття № 4

*Тема. Особливості журналістики новин*

План:

1. Особливості створення матеріалу для новинної журналістики.

### **Семінарське заняття № 5**

*Тема. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств*

План:

1. Структура інформаційного повідомлення.
2. Заголовок, дейтлайн, слаглайн, трешлайн, лід/ інтро, сублід, основна частина, бекграунд.
3. Правило перевернутої піраміди.
4. Правила написання ліду.

### **Семінарське заняття № 6**

*Тема. Жанри матеріалів інформаційних агентств*

План:

1. Диверсифікація інформаційних продуктів.
2. Інформаційні жанри: флеш/ алерт/ блискавка, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю.
3. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами.
4. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації.
5. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, блиц-портрет.

### **Семінарське заняття № 7**

*Тема. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні*

План:

1. Законодавча база діяльності інформаційних агентств України.
2. Закони України «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про підприємництво».
3. Засади реєстрації інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної та підприємницької діяльності.
4. Законодавчий статус інформаційних агентств.
5. Студенти опрацьовують основні засади Закону «Про інформаційні агентства».

### **Семінарське заняття № 8**

*Тема. Способи вираження позиції інформаційними агентствами*

План:

1. Стилiстичний спосiб, композиційний спосiб.
2. Емоційно-експресивна й оціночна лексика як спосiб вираження позиції інформаційними агентствами.

### **Семінарське заняття № 9**

*Тема. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Факчекінг.*

План:

1. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела.
2. Особливості використання неідентифікованих джерел.

3. Офіційні й неофіційні джерела.
4. Зовнішні і внутрішні джерела.
5. Соціальні мережі як джерело інформації.
6. Сучасні технології перевірки інформації.
7. Порівняльна структура світових та українських інформаційних агентств.
8. Інформаційні продукти та послуги.
9. Економічні моделі діяльності інформаційних агентств: моделі платного та вільного доступу до інформації, комбіновані моделі.
10. Універсалізація та спеціалізація діяльності агентств новин.

## **6. Теми і питання для самостійної роботи студентів.**

*Тема. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства*

План:

1. Проаналізувати як одна й та ж інформація подається у різних агенціях України і світу.
2. Переглянути стрічки новин інформаційних агенцій.

*Тема. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті*

План:

1. Студенти переглядають трансляцію прес-конференцій, які проводяться в УКРІНФОРМІ або ж переглядають засідання Уряду на каналі Youtube. Як результат – підготовка якомога більшої кількості новинних фактів з однієї події.

*Тема. Регіональні об'єднання інформаційних агентств*

План:

1. Зробити перелік національних агентств Європи, Азії, Африки, Америки (на вибір)

*Тема. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики*

План:

1. Написати 2 повідомлення на студентську тематику.

*Тема. Архітектура повідомлень інформаційних агентств*

План:

1. Переглянути стрічку новин 4 світових агенцій за один день та визначити специфіку структури їхніх повідомлень.

*Тема. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств*

План:

1. Написати замітку, анонс, інтерв'ю, бліц-портрет до студентського видання.

*Тема. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні*

План:

1. Опрацювати українське законодавство, яке регулює діяльність інформаційних агентств.
2. Заповнити реєстраційну картку ІА.

*Тема. Способи вираження позиції інформаційними агентствами*

План:

1. Опрацювати на вибір Reuters Handbook of Journalism або AP Stylebook.

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

План:

1. Скласти показчик прямих і непрямих джерел інформації до запропонованої викладачем теми.
2. Ознайомитися з відкритими базами даних.

*Тема. Організація і структура роботи інформаційних агентств*

План:

1. Україна на сторінках світових та національних інформаційних агентств.
2. Написати огляд новин про Україну, використавши стрічки світових та національних інформаційних агентств.

*Тема. Розробка концепції студентського видання*

План:

1. Створити презентацію концепції власного видання для оприлюднення перед аудиторією (робота в малих групах).

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

План:

1. Сходити на виставу (виставку, фільм, ресторан, концерт) для подальшого написання рецензії чи інтерв'ю.

## **7. Методи активізації навчального процесу**

Класичні лекції, лекції проблемного характеру, лекції-бесіди, семінарські заняття, семінари-дискусії, реферування; повідомлення за темою (усна доповідь); виконання студентами завдань для самостійного опрацювання; індивідуальні консультації для студентів.

## **8. Система поточного та підсумкового контролю знань.**

Поточний контроль: письмове або усне опитування, тести, індивідуальна або колективна презентація (представлення виконаного завдання); підготовка доповіді; перевірка конспекту; захист виконаних завдань.

Підсумковий контроль: екзамен.

### **Питання самоконтролю для підготовки до іспиту**

1. Дослідники історії становлення та розвитку інформаційних агентств.
2. Трансформація місця і ролі інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.
3. Інформаційні агентства, телеграфні агентства, агентства новин.
4. Причини виникнення перших світових інформаційних агентств.
5. Зародження української агенційної журналістики у контексті світової.
6. Інформаційне агентство Шарля Гаваса.
7. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера.
8. Інформаційне агентство Рейтер.
9. Інформаційне агентство Вольфа.
10. Інформаційне агентство «Ассошіейтед Прес»: етапи становлення.
11. Угода між інформаційними агентствами 1870 року: історичне значення.
12. Підстави для створення першого російського офіційного інформаційного агентства.
13. Інформаційні агентства СПТА і ПТА.
14. Особливості інформаційного агентства «Трансоцеан».
15. Причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими.
16. Вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
17. Радінформбюро та АПН.
18. Особливості інформаційного агентства АПН.
19. Попередники інформаційних агентств України.
20. Українське державне телеграфне агентство (УТА) та Українське телеграфічне агентство (УТА).
21. Інформаційне агентство РАТАУ.
22. Укрінформ як наступник РАТАУ.
23. Сучасна вітчизняна та зарубіжна агенційна журналістика.
24. Визначення поняття «інформаційна журналістика».
25. Класифікація інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
26. Особливості вітчизняного ринку виробництва новин.

27. Основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
28. Причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
29. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів.
30. Неоднозначність статутних завдань Укрінформу.
31. Українське незалежне інформаційне агентство «УНІАН».
32. Інформаційна продукція УНІАН.
33. Транснаціональні інформаційні компанії.
34. Інформаційна група Інтерфакс.
35. Ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
36. Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств.
37. Інформаційні продукти «Рейтер»: розширення і диверсифікація.
38. Сучасні інформаційні агентства Сполучених Штатів Америки.
39. Сучасні інформаційні агентства Великобританії.
40. Система інформаційних продуктів ІТАР-ТАРС.
41. Сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
42. Інформаційне агентство Китаю.
43. Особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
44. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
45. Законодавча класифікація інформаційних агентств України.
46. Перше недержавне інформаційне агентство України.
47. Регіональні інформаційні агентства України.
48. Державні інформаційні агентства України.
49. Інформаційні агентства он-лайн.
50. Інформаційне агентство УФС.
51. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств: вітчизняні і світові надбання.
52. Слаглайн, дейтлайн, хедлайн.
53. Структура повідомлень інформаційних агентств.
54. Лід. Особливості побудови та види.
55. Бекграунд інформаційного повідомлення.
56. Обов'язкові компоненти інформаційного повідомлення.
57. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин.
58. Види джерел інформації та особливості їх використання.
59. Особливості використання цитат в повідомленнях світових інформаційних агентств.
60. Способи вираження позиції інформаційних агентств.
61. Інформаційні продукти та їх жанри.
62. Факт і розширене повідомлення.
63. Замітка та її види.



64. Виклад думок як жанр у практиці інформаційних агентств.
65. Інформаційний звіт та його використання.
66. Жанр статистичної інформації.
67. Фічер.
68. Інтерв'ю та репортаж у практиці інформаційних агентств.
69. Портрет, види портрета у практиці інформаційних агентств.
70. Фактори, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.

**9. Критерії оцінювання знань, вмінь, компетентностей здобувачів освіти з навчальної дисципліни»:**

Бали / Рівні навчальних досягнень	Критерії оцінювання
«Відмінно» / Високий	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких навчальний матеріал відтворюється в повному обсязі, відповідь правильна, обґрунтована, логічна, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу і показує при цьому глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний: втілювати творчі задуми при створенні інформаційного продукту; застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності; формувати інформаційний контент, використовувати програмне забезпечення для вирішення професійних завдань, редагувати тексти, шукати і збирати інформацію; висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал. Практичне завдання виконане правильно, як з використанням типового алгоритму, так і за самостійно розробленим алгоритмом
«Добре» / Достатній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюється значна частина навчального матеріалу. Здобувач освіти виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки. Здобувач освіти активно працює протягом усього курсу, питання висвітлює повно, висвітлення їх завершене висновками, виявлене уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання. Допущені несуттєві помилки при формуванні інформаційного контенту, використанні програмного забезпечення для вирішення професійних завдань, редагуванні текстів, пошуку і зборі інформації. В усних відповідях – неточності, деякі незначні помилки, має місце недостатня аргументованість при викладенні матеріалу зі сфери соціальних комунікацій, нечітко виражене ставлення слухача до фактів.

«Задовільно» / Середній	Оцінюється завдання, що містить відповіді, в яких відтворюються основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; здобувач освіти у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки. Але на заняттях поводить себе пасивно, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при формуванні інформаційного контенту, використанні програмного забезпечення для вирішення професійних завдань, редагуванні текстів, пошуку і зборі інформації. У практичних завданнях припущені несуттєві помилки.
«Незадовільно»/ Початковий	Оцінюється завдання, що не виконане, або містить відповіді на рівні елементарного відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів, фрагментів навчального матеріалу. Здобувач освіти виявив неспроможність висвітлити питання чи питання висвітлені неправильно, безсистемно, відсутні розуміння основної суті питань, висновки, узагальнення. Допущені грубі помилки при формуванні інформаційного контенту, використанні програмного забезпечення для вирішення професійних завдань, редагуванні текстів, пошуку і зборі інформації. У відповідях на практичні завдання припущені суттєві помилки.

## 10 Література

### Основні рекомендовані джерела

1. 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.
2. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 160 с. (електронний варіант – <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm>)
3. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. — 120 с.
4. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. – Спб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 382 с.

### Додаткова

5. Закон України «Про інформаційні агентства». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
6. Закон України «Про інформацію». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
7. Закони України «Про підприємництво». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>

8. Посібник з верифікації [електронний документ] / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. —Режим доступу: [http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook\\_ua.pdf](http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf)

### Інформаційні ресурси

9. Агентство “Асошіейтед Прес” <http://www.ap.org>
10. Агентство “Інтерфакс” [www.interfax-news.com](http://www.interfax-news.com)
11. Агентство “Інтерфакс-Україна” [www.interfax.com.ua](http://www.interfax.com.ua)
12. Агентство “Ітар-ТАРС” [www.itar-tass.com](http://www.itar-tass.com)
13. Агентство “Кіодо Цусін” [www.kyodo.co.jp](http://www.kyodo.co.jp)
14. Агентство “РІА-новини” [www.rian.ru](http://www.rian.ru)
15. Агентство “Сінхуа” [www.xinhua.org](http://www.xinhua.org)
16. Агентство “Томсон-Ройтерс” <http://www.reuters.com>
17. Агентство “Українські новини” <http://ukranews.com>
18. Агентство “Укрінформ” [www.ukrinform.ua](http://www.ukrinform.ua)
19. Агентство “УНІАН” [www.unian.net](http://www.unian.net)
20. Агентство “Франс Прес” <http://www.afp.com>
21. Альянс Середземноморських інформаційних агентств [www.aman-alliance.org](http://www.aman-alliance.org)
22. Законодавча база Верховної ради України <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
23. Інформаційний центр Міністерства юстиції України <http://www.informjust.ua/>
24. Міністерство Юстиції України <http://www.minjust.gov.ua/0/11739>
25. Об’єднання європейських інформаційних агентств <http://www.newsalliance.org>
26. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону [www.oananews.org](http://www.oananews.org)
27. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА <http://bsanna-news.ukrinform.ua>
28. Телевізійна мережа новин “ВВС” <http://news.bbc.co.uk>
29. Телевізійна мережа новин “CNN” <http://www.cnn.com>
30. Телевізійна мережа новин “Аль-Джазіра” <http://english.aljazeera.net>
31. Федерація арабських інформаційних агентств [www.fananews.com](http://www.fananews.com)

## Додатки

(зразки завдань для перевірки знань)

Приклад різнорівневого завдання

**Початковий рівень – по 0,5 бала**

**1) визначте, що таке інформація-блискавка:**

- а) заголовок повідомлення
- б) розширена інформація з додатковими версіям та деталями
- в) коротка версія новини, що буде далі викладатись на стрічці
- г) лід, що містить покликання на джерело інформації та мінімум подробиць
- д) зведена інформація з коментарями

**2) які основні вимоги до матеріалів жанру статистичної інформації?**

- а) складаються з таких самих частин, що й основні новини
- б) починаються з найважливішої цифри
- в) мають власний лід
- г) обов'язково подаються у вигляді таблиць
- д) мають свій заголовок

**3) який обсяг зазвичай мають портрети, що готуються інформаційними агентствами?**

- а) вміщуються у 30 рядках
- б) вміщуються у 10 рядках;
- в) вміщуються у 50 рядках
- г) вміщуються у 100 рядках

**4) які елементи структури обов'язково повинна мати розширена замітка?**

- а) повідомлення з необхідними деталями
- б) бекграунд
- в) коментар або коментарі
- г) лід
- д) покликання на джерело

е) цитати

**Середній рівень – по 0,5 бала**

**1) укажіть особливості інтерв'ю у практиці інформаційних агентств:**

- а) ніколи не з'являється на стрічці окремо
- б) входить до складу новини
- в) найчастіше подається у вигляді непрямой мови
- г) завжди з'являється на стрічці окремо

**2) скільки всього може бути розширених версій інформації відповідно до стандартів агентств?**

- а) жодної
- б) дві
- в) не більше п'яти
- г) не більше десяти
- д) довільна кількість

**3) огляди преси можуть бути оформлені такими способами:**

- а) подаватися як звичайні новини

б) формуватися окремим блоком

*Достатній рівень – 1 бал*

- 1) Опишіть зміни, що відбулися у сучасній системі жанрів інформаційних агентств.

*Високий рівень – по 0,5 бала*

- 1) Проведіть моніторинг повідомлень інформаційного агентства (на власний вибір). Доведіть або спростуйте тезу про те, що замітка – найпоширеніший жанр повідомлень інформаційних агентств, головна форма подачі інформації в роботі інформантств.