МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА
Кафедра журналістики, реклами та медіакомунікацій

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”
Проректор з науково-педагогічної роботи

_____ (П.І.Б.)
“_____” _____ 20___ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Вибіркова дисципліна 15: АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА»

(назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти: ___перший (бакалаврський)___

Галузь знань: ___06 Журналістика___

Спеціальність: ___061 Журналістика___
(код і назва спеціальності (тей)

Освітньо-професійна програма: ___Журналістика__
(назва ОПП/ОНП)

ОНУ
2025

Робоча програма вибіркової дисципліни «Агенційна журналістика». – Одеса: ОНУ, 2025. – 24 с.
(назва навчальної дисципліни)

Розробники: к.політ.н., доц. кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій А. Г. Задорожня

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій
Протокол №1від "___" вересня 2024 р.
Завідувач кафедри _____ (к. політ.н., доц. Алевтина ПЕХНИК)
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Погоджено із гарантом ОПП/ОНП 061 Журналістика
(к.іст.н., доц. Тетяною ТХОРЖЕВСЬКОЮ)
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК) факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Протокол №__ від "___" _____2025 р.
Голова НМК _____ (_____)
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____
Протокол № ___ від "____"_____20__ р.
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри _____
Протокол № ___ від. "____"_____20__ р.
Завідувач кафедри _____ (_____)
(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>Очна форма навчання</td><td>Заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="15">Загальна кількість:
кредитів – 3

годин – 90

змістових модулів – 3</td><td rowspan="15">Галузь знань
<u>06 журналістика</u>
(шифр і назва)

Спеціальність

<u>061 Журналістика</u>
(код і назва)

Спеціалізації:
_____
(назва)

Рівень вищої освіти:
перший бакалаврський</td><td colspan="2">Дисципліна вільного вибору</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>5-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>7-й</td><td>10-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>8 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>28 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>54 год.</td><td>год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма підсумкового контролю:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Залік</td></tr>
</table>

Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни – ознайомити здобувачів вищої освіти із основними засадами та напрямками діяльності інформаційних агентств, роллю та місцем на світовому й вітчизняному інфопросторах, виробити у майбутніх журналістів навички та уміння роботи з матеріалом для новин, ознайомити із жанровим потенціалом агенційної журналістики, а також правовими та етичними нормами підготовки інформаційного продукту**.**

Завдання навчальної дисципліни:

ознайомити студентів з поняттям та місцем інформагентств в системі засобів масової інформації;
надати базові відомості про етапи становлення інформаційних служб;
забезпечити засвоєння інформації про основні жанри новинної журналістики;
з'ясувати особливості роботи журналіста у сфері агенційної журналістики;
визначити тенденції розвитку провідних новинних служб світу та України;
навчити здобувачів освіти опрацьовувати, редагувати та створювати інформаційні матеріали.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних **компетентностей**:

а) загальних (ЗК):
ЗК 02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК 03. Здатність бути критичним і самокритичним.
ЗК 04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

б) спеціальних (СК):
СК 02. Здатність формувати інформаційний контент.
СК 03. Здатність створювати медіапродукт.

Програмні результати навчання (ПРН):
ПР 02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
ПР 03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
ПР 04. Виконувати пошук, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ПР 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
ПР 15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен *знати:*
основні принципи та особливості функціонування агенційної журналістики
етапи становлення світових та вітчизняних інформагентств;
принципи організації роботи інформаційних служб та критерії відбору новин;

структуру повідомлення інформагентства («slugline», «headline», «lead», «sablead» та «background» та ін.);
характеристику жанрів (нотатки, інформаційне інтерв'ю, звіт, репортаж, кореспонденція та ін.) інформаційних матеріалів;
провідних суб'єктів сучасного інформаційного ринку.

уміти:

застосувати на практиці теоретичні знання щодо підготовки новин;
створювати інформаційний контент за заданою темою;
збирати необхідну для написання матеріалів інформацію з різних джерел;
аналізувати та визначити жанр вже створеного чи запланованого матеріалу;
створювати грамотний медіапродукт з урахуванням каналу поширення та запиту аудиторії.

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Агенційна журналістика як невід'ємна складова системи засобів масової комунікації

Тема 1. Інформаційні агенції в системі ЗМІ: поняття, місце, основні завдання

Розбір основних понять та розгляд використання термінів в українському журналістикознавстві («агенційна журналістика», «інформаційні агентства» і т.п.). Аналіз видів ЗМІ та загальна характеристика агенційної журналістики. Визначення проблемно-тематичного аспекту та характеру взаємодії інформаційних агентств (далі ІА) з традиційними медіа.

Завдання до 1-го заняття:

Кожен здобувач має підготувати три визначення поняття «інформаційна агенція» із різних джерел, довідкової літератури, за законодавчими нормами.

Завдання до 2-го заняття:

Представити коротку інформацію про основні агенційні видання одного з ІА, виокремлюючи проблемно-тематичний аспект матеріалів та характер взаємодії між редакціями.

Тема 2. Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг ІА

Перегляд презентації щодо формування агенційної журналістики (далі – АЖ) у світі та про виникнення перших ІА як посередників між джерелами інформації та її поширювачами (від поштових голубів, залізниць та телеграфу до Internet-павутини). Визначення особливостей роботи першого ІА – французьке

бюро перекладів «Гавас», далі «Вольф» у Німеччині та «Рейтер» в Англії. Ознайомлення з передвісниками українських інформаційних агентств, специфікою й напрямками їхньої діяльності.

Завдання до 1-го заняття:

Студент готує інформаційну довідку про перші три інформаційні агенції України чи світу за такою схемою: історія інформаційного агентства; структура сайту (рубрики), агентства; види послуг агенції; умови отримання продукції інформагенції.

Завдання до 2-го заняття:

Написати портрет одного із засновників ІА світу чи України. Роботу бажано представити у вигляді презентації.

Тема 3. Різновиди інформаційних агенцій та функціональні навантаження

Формування таблиці різновидів інформаційних агенцій (за групами медіаспоживачів, масштабами зон впливу і характером розповсюдження інформації, організаційною формою). Розгляд основних термінів і понять та визначення форми функціонування, сфери діяльності, форми власності, тематики, періодичності). Зосередження уваги на функціональних особливостях ІА, специфіці роботи та головних напрямках інформаційної діяльності. Ознайомлення з продукцією ІА.

Завдання до 1-го заняття:

Перед здобувачем постає завдання – визначити критерії створення інформаційної продукції однієї з агенцій: назва, прізвище редактора чи відповідального за випуск, їх реквізити, номер і дата випуску, адреса агентства, визначити агентство відповідно до представлених класифікацій.

Завдання до 2-го заняття:

Написати повідомлення для чотирьох ІА, з урахуванням різних видів розповсюдження інформації.

Тема 4. Правові та етичні засади діяльності ІА різних видів

Вивчення досвіду закордонних країн у регулюванні правового поля діяльності ІА. Зосередження уваги на етичних стандартах АЖ. Ознайомлення із українським законодавством у системі функціонування інформагентств та основними положеннями, ідеями Закону України «Про медіа». Визначення суб'єктів діяльності агенцій, порядку заснування, державної реєстрації та припинення діяльності ІА, а також відповідальності за порушення законодавства про ІА.

Завдання до 1-го заняття:

*Здобувач має виписати із Закону України «Про медіа» наступні положення: Пункт 22 розділу Х «Прикінцеві та перехідні положення»; статтю 63 щодо реєстрації суб'єктів у сфері медіа; пункт 32 розділу Х «Прикінцеві та перехідні положення»; пункт 52 щодо статті 17 «*Ліцензування та реєстрація суспільних медіа*» в частині «Про суспільні медіа України» розділу Х «Прикінцеві та перехідні положення» тощо.*

Завдання до 2-го заняття:

Необхідно, обравши гравців, змоделювати ситуацію покрокового збору майбутнім журналістом інформації для ІА на довільну тему, дотримуючись етичних правил та законодавчих норм.

Змістовий модуль 2.

Професійна культура у діяльності творчого працівника інформаційного агентства

Тема 5. Навички кадрового співробітника ІА та вимоги до підготовки інформаційних повідомлень

Роз'яснення специфіки роботи журналіста інформаційного агентства. Обґрунтування використання різноманітних джерел інформації у практиці ІА, прямих і непрямих джерел інформації. Обміркування специфіки створення повідомлень вітчизняних та світових інформагентств. Обговорення недоліків і переваг повідомлень. Вивчення аудіо-, візуальних компонентів у матеріалах агенційного журналіста. Дискусія на предмет перспектив конвергентної журналістики.

Завдання до 1-го заняття:

Здобувач повинен, на основі отриманої інформації, у зазначений термін написати текст з високим рівнем мовленнєвої грамотності та правопису, використовуючи загальноприйняті принципи викладу матеріалу.

Завдання до 2-го заняття:

Перед здобувачем постає завдання здійснити моніторинг публікацій за одну добу на ресурсах одного з ІА (зазначити день, кількість повідомлень, їх обсяг, мови, наявність фото чи відео (мультимедійних компонентів), жанрову специфіку, власні новини чи репост, тематику та проблематику, наявність доповнення новини про подію упродовж дня).

Тема 6. Структура та стандартні компоненти інформаційного повідомлення ІА

Ознайомлення з особливостями журналістики новин. Пошук відповідей на питання, що таке архітектоніка повідомлень та способи вираження позиції

інформаційними агентствами. Опанування базових принципів викладу матеріалу. Наочне вивчення стандартних компонентів повідомлень (слаглайн, хедлайн дейтлайн, лід, саблід, бекграунд). Обговорення видів продукції інформагенцій (друкована, фото-, кіно-, аудіо-, відеопродукція).

Завдання до 1-го заняття:

Здобувачеві необхідно проаналізувати структуру повідомлень та стандартні компоненти двох обраних ним інформагентств. Визначити спільні та відмінні риси матеріалів ІА, звертаючи увагу на вид продукції.

Завдання до 2-го заняття:

Перед здобувачем постає завдання написати текст з високим рівнем мовленнєвої грамотності та правопису, звертаючи увагу на стандартні компоненти повідомлення.

Тема 7. Жанрова палітра повідомлень інформаційних агенцій

Зосередження уваги на жанрових вимогах до матеріалів ІА. Обговорення інформаційних жанрів як пріоритетних у практиці інформагентств та визначення правил оформлення інформаційних повідомлень, основних термінів й понять: інформація; розширена інформація; замітка як основна форма оперативного повідомлення; флеш – повідомлення блискавка; термінова новина; портрет як традиційний жанр ІА; інтерв'ю; огляд; фічер; факт. Опанування жанрів статистичної інформації. Розбір понять «анулювання» і «поправка».

Завдання до 1-го заняття:

Здобувач повинен підготувати та проаналізувати добірку жанрових різновидів повідомлень інформагентств: замітку, термінову інформацію, розширену інформацію, жанри статистичної інформації, інтерв'ю, огляд преси, портрет.

Завдання до 2-го заняття:

За представленою інформацією студент має написати матеріали таких жанрів: флеш (повідомлення-блискавку), термінову новину, розширену інформацію.

Змістовий модуль 3.
Роль світових та вітчизняних інформагентств у функціонуванні глобальних комунікаційних потоків

Тема 8. Основні тенденції діяльності світових інформаційних агентств

Обговорення впливу глобальних трансформацій і технологічних перетворень на діяльність ІА. Визначення особливостей розвитку агенційної журналістики на сучасному етапі. Збір інформації про національні агентства різних континентів

світу. Наочне вивчення інформаційної політики Bloomberg (США), United Press International (UPI, США), Deutsche Presse-Agentur (DPA), Афінсько-Македонська агенція новин (Греція), Інформаційне агентство Кьодо (Японія), Сіньхуа (КНР), Аль-Джазіра (Катар) та ін.

Завдання до 1-го заняття:

Здобувач має обрати одне інформагентство та здійснити аналіз його діяльності (зазначити час створення перших та останніх публікацій, головні напрями діяльності (рубрикація), частоту розміщення новин, наявність спецпроєктів, обсяги, жанрову реалізацію, дизайн інтерфейсу сайту, аудіо-, візуальні компоненти (подкасти), наявність мультимедійності.

Завдання до 2-го заняття:

Оформити перелік інформаційних агентств світу за наступною схемою:

	Регіон, країна	***Назва агенції***	***Дата створення, місце розташування***	***Посилання на ресурс***

Тема 9. Лідери сучасного інформаційного ринку серед інформагентств

Ознайомлення з історією виникнення та розвитком представників «Великої трійки» – найбільших інформаційних агентств світу: Reuters (Рейтер, Великобританія), Associated Press (Ассошіейтед Прес, США), Agence France Presse (Франс Прес, Франція). З'ясування ролі відомих фундаторів, журналістів в історії розвитку ІА світу. Обміркування рекомендацій та порад лідерів ІА для послідовників.

Завдання до 1-го заняття:

Під час заняття студент повинен підготувати інформаційну довідку про перші три інформаційні агенції за такою схемою: історія інформаційного агентства; структура; види продукції інформагенції; види послуг агенції; географія розповсюдження; умови отримання продукції ІА.

Завдання до 2-го заняття:

Презентувати портрет визначного журналіста, пов'язаного з ІА.

Тема 10. Міжнародні об'єднання інформаційних агентств

Опанування інформації про діяльність глобальної мережі провідних інформаційних агентств, які співпрацюють у сфері новин. Визначення пріоритетних напрямків діяльності таких об'єднань, як: European Alliance of Press Agencies, Federation of Arab News Agencies, Agencies Pool of Non-Aligned

Countries, OANA, PANA, ALASEI, ASIN, MINDS та ін. Перегляд презентації щодо специфіки роботи об'єднань.

Завдання до 1-го заняття:

Користуючись інформацією з вебсайтів асоціацій, кожен здобувач повинен підготувати довідку про їхнє виникнення і становлення, основні завдання, пріоритети.

Завдання до 2-го заняття:

Здійснити моніторинг стрічок провідних інформаційних агентств світу на тему: «Україна у публікаціях світових ІА». Зазначити реакцію на них міжнародних об'єднань (за наявності такої реакції).

Тема 11. Місце вітчизняних ІА в агенційній журналістиці

Ознайомлення з провідними інформаційними агентствами в Україні (державними, недержавними), зокрема, «Укрінформ», «УНІАН», «УНН», «RegioNew», «Медіастар», «Конкурент», Інформаційною агенцією культурних індустрій «ПРО», «Букви» та ін. Пізнання досвіду роботи регіональних, субрегіональних асоціацій інформаційних агенцій. Вивчення питання становлення та розвитку ІА у період становлення незалежності України та їхній вихід на міжнародні інформаційні терени. З'ясування впливу війни росії проти України на діяльність ІА.

Завдання до 1-го заняття:

Перед здобувачем постає завдання ознайомитися із сайтами одного із передових агентств України та здійснити моніторинг публікацій за одну добу на цих ресурсах (зазначити історію ІА; день виходу, структуру сайту (рубрики), кількість повідомлень, обсяг, мови, наявність фото чи відео, жанрову специфіку, власні новини чи репост, тематику та проблематику, наявність доповнення новини про подію упродовж дня, умови отримання продукції ІА тощо).

Завдання до 2-го заняття:

Оформити перелік інформаційних агентств світу за наступною схемою:

	Назва агенції	***Дата створення, місце розташування***	***Форма власності***	***Посилання на ресурс***
1				
2				
3				

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин									
	Очна форма					Заочна форма				
	Усього	у тому числі				Усього	у тому числі			
		л	п/с	лаб	ср		л	п/с	лаб	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Змістовий модуль 1										
Тема 1. Інформаційні агенції в системі ЗМІ: поняття, місце, основні завдання	8,5	1	2		5,5					
Тема 2. Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг ІА	8	0,5	2		5,5					
Тема 3. Різновиди інформаційних агенцій та функціональні навантаження	8,5	0,5	3		5					
Тема 4. Правові та етичні засади діяльності ІА різних видів	8	1	3		4					
Разом за І змістовий модуль	33	3	10		20					
Змістовий модуль 2										
Тема 5. Навички кадрового співробітника ІА та вимоги до підготовки інформаційних повідомлень	8	1	3		4					
Тема 6. Структура та стандартні компоненти	8,5	1	3		4,5					

інформаційного повідомлень ІА										
Тема 7. Жанрова палітра повідомлень інформаційних агенцій	8,5	1	3		4,5					
Разом за ІІ змістовий модуль	25	3	9		13					
Змістовий модуль 3										
Тема 8. Основні тенденції діяльності світових інформаційних агентств	8	0,5	2		5,5					
Тема 9. Лідери сучасного інформаційного ринку серед інформагентств	8	0,5	2		5,5					
Тема 10. Міжнародні об'єднання інформаційних агентств	8	0,5	2		5,5					
Тема 11. Місце вітчизняних ІА в агенційній журналістиці	8	0,5	3		4,5					
Разом за ІІІ змістовий модуль	32	2	9		21					
Усього годин (курс)	**90**	**8**	**28**		**54**					

5. Теми семінарських занять

Семінарські заняття не передбачені

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Очна	Заочна

		форма/ год	форма /год
	Тема 1. Інформаційні агенції в системі ЗМІ: поняття, місце, основні завдання [1,3]	2	
	Тема 2. Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг ІА [1,3]	2	
	Тема 3. Різновиди інформаційних агенцій та функціональні навантаження [1,3]	3	
	Тема 4. Правові та етичні засади діяльності ІА різних видів [1,3]	3	
	Тема 5. Навички кадрового співробітника ІА та вимоги до підготовки інформаційних повідомлень [1,2,3]	3	
	Тема 6. Структура та стандартні компоненти інформаційних повідомлень ІА [1-3]	3	
	Тема 7. Жанрова палітра повідомлень інформаційних агенцій [1-3]	3	
	Тема 8. Основні тенденції діяльності світових інформаційних агентств [1-3]	2	
	Тема 9. Лідери сучасного інформаційного ринку серед інформагентств [1,2,3]	2	
	Тема 10. Міжнародні об’єднання інформаційних агентств [1,3]	2	
	Тема 11. Місце вітчизняних ІА в агенційній журналістиці [1-3]	3	
Усього		28	

До практичної роботи відносяться:

[1] – відповідь під час практичних занять;

[2] – презентація власного журналістського матеріалу;

[3] – огляд офіційних інтернет-ресурсів ІА.

7. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття не передбачені.

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми/види завдань	Кількість годин

		Очна форма / год	Заочна форма / год
1.	Тема 1. Інформаційні агенції в системі ЗМІ: поняття, місце, основні завдання [1,3,4]	5,5	
2.	Тема 2. Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг ІА [1,3,4]	5,5	
3.	Тема 3. Різновиди інформаційних агенцій та функціональні навантаження [1,3,4]	5	
4.	Тема 4. Правові та етичні засади діяльності ІА різних видів [1,3,4]	4	
5.	Тема 5. Навички кадрового співробітника ІА та вимоги до підготовки інформаційних повідомлень [1,2,3]	4	
6.	Тема 6. Структура та стандартні компоненти інформаційних повідомлень ІА [1-4]	4,5	
7.	Тема 7. Жанрова палітра повідомлень інформаційних агенцій [1-4]	4,5	
8.	Тема 8. Основні тенденції діяльності світових інформаційних агентств [1-4]	5,5	
9.	Тема 9. Лідери сучасного інформаційного ринку серед інформагентств [1,2,3]	5,5	
10.	Тема 10. Міжнародні об’єднання інформаційних агентств [1,3,4]	5,5	
11.	Тема 11. Місце вітчизняних ІА в агенційній журналістиці [1-4]	4,5	
Усього		54	

До самостійної роботи відносяться:
[1] – підготовка до практичних занять;
[2] – написання журналістського матеріалу;
[3] – огляд офіційних інтернет-ресурсів ІА;
[4] – опрацювання основної та додаткової літератури.

9. Методи навчання

Словесні:

лекції з аналізом конкретних ситуацій,

дискусія,

пояснення.

Наочні:

ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації).

Практичні:

практичні роботи,

творчі вправи.

10. Форми контролю та методи оцінювання

Поточний контроль:

усне опитування;

письмові роботи;

оцінювання практичних навичок.

Періодичний контроль.

Підсумковий контроль — залік.

Критерії оцінювання результатів навчання.

Оцінка за національною шкалою	**Теоретична підготовка**	**Практична підготовка**
	Здобувач освіти	
Відмінно	вміє самостійно знаходити, аналізувати, систематизувати та відтворювати інформацію; у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів; глибоко та всебічно розуміє матеріал; знає усі головні поняття та терміни, робить самостійні висновки, виявляє причинно-наслідкові зв'язки; самостійно знаходить додаткову інформацію та використовує її для реалізації	глибоко розуміється на процесах, що уміло застосовує під час написання текстів; повною мірою реалізує поставлені перед ним навчальні завдання; може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання; виконує творчі завдання за всіма вказаними вимогами; демонструє високий рівень виконання практичних завдань під час самостійної роботи; апелює до прочитаної літератури.

	поставлених перед ним завдань.	
Добре	достатньо повно володіє теоретичним матеріалом, правильно використовує термінологію; вміло апелює до обов'язкової літератури; демонструючи деякі питання не проявляє достатньої глибини та аргументації; доволі вміло узагальнює і систематизує навчальну інформацію, але припускається незначних порушень аналітичного рівня.	правильно виконує надані тестові завдання, з незначними помилками; має стійкі навички застосування набутих знань та умінь для виконання творчих завдань створення повноцінного журналістського продукту, що відповідає стандартам.
Задовільно	володіє навчальним матеріалом на достатньому для оцінювання рівні, проте допускає суттєві логічні, фактологічні та мисленні помилки; знає переважну більшість понять навчального матеріалу; має труднощі із формуванням висновків.	практичні навички розвинуті на елементарному рівні, правильно виконує близько половини письмових завдань; має ускладнення під час виділення головного у вивченому; має слабкі навички використання набутих знань до базових вимог щодо діяльності майбутнього журналіста.
Незадовільно з можливістю повторного складання	володіє навчальним матеріалом поверхово й фрагментарно (без аргументації та обґрунтування); безсистемно виокремлює випадкові ознаки вивченого; не вміє робити узагальнення, висновки; під час відтворення інформації допускає суттєві помилки; висуває необґрунтовані та безсистемні твердження, що свідчать про відсутність загальної системи знань з навчального предмета.	недостатньо розкриває сутність практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності; виконує письмові завдання на критично низькому кількісному або якісному рівні; демонструє відсутність причинно-наслідкового зв'язку теоретичного та практичного матеріалу; правильно вирішує окремі тестові завдання за допомогою викладача; відсутні сформовані уміння та навички.
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не опанував обсяг навчального матеріалу.	не виконує зовсім чи не здатний до самостійного виконання практичних завдань або з постійною допомогою викладача.

11. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточний та періодичний контроль			Сума балів
Змістовий модуль №1	Змістовий модуль №2	Змістовий модуль №3	
36	28	36	100

Поточний та періодичний контроль												Сума балів
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль № 2			Змістовий модуль №3				Індивідуальне самостійне завдання*	
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	Т11	12	100
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8		

*Примітка: робота під час практичного заняття (усна відповідь на запитання та участь у дискусіях) оцінюється у 4 бали (усього 12-16 балів). Виконання творчих завдань (аналіз медіапродукції, моделювання ситуації, виконання завдань під час заняття) оцінюється у 4 бали (усього 12-16 балів); *Індивідуальне самостійне завдання (творча робота) дає змогу отримати 12 балів.*

Отримання балів за опрацювання матеріалу змістовних модулів 1-3

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90-100	**A**	Відмінно	зараховано
85-89	**B**	Добре	
75-84	**C**		
70-74	**D**	Задовільно	
60-69	**E**		
35-59	**FX**	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	**F**	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

12. Навчально-методичне забезпечення

1. Агенційна журналістика : методичні вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалаврсъкого) рівня вищої освіти спеціальності 061 «Журналістика». Одеса : уклад. А. Г. Задорожня; видавець С. Л. Назарчук, 2023. 36 с.
2. Мультимедійні презентації.

13. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Місце та значення інформаційних агентств у системі ЗМІ.
2. Основні риси сучасного етапу розвитку інформаційних агенцій.
3. Формування інформаційних служб у світі (загальне).
4. Особливості діяльності першого ІА – французьке бюро перекладів «Гавас».
5. Створення та подальша доля інформаційних служб «Вольф» у Німеччині та «Рейтер» в Англії.
6. Інформаційні агентства України: становлення та розвиток.
7. Особливості діяльності інформаційного агентства в Україні «Укрінформ».
8. Ознайомлення з передвісниками українських інформаційних агентств, специфікою й напрямками їхньої діяльності.
9. Діяльність інформаційних агентств в контексті глобалізаційних комунікативних процесів.
10. Напрямки діяльності національних агентств різних континентів світу.
11. Досвід закордонних країн у регулюванні правового поля діяльності інформаційних агентств.
12. Українське законодавство в системі діяльності українських інформагентств.

13. Джерела інформації в діяльності інформаційних агентств.

14. Суть дискусії щодо статусу інформаційного агентства як суб'єкта інформаційної діяльності.

15. Різновиди інформаційних агенцій за масштабом діяльності (міжнародні, національні, регіональні).

16. Класифікація інформаційних агенцій за тематикою (новинні і спеціальні – політична стрічка, економічна, спортивна, міжнародна).

17. Різновиди ІА за об'ємом (кількість повідомлень, сторінок, кілобайтів) та періодичністю (безперервно поступаючі повідомлення, кількість випусків за певний період).

18. Класифікація ІА за способом передачі інформації (електронні телекомунікаційні канали, супутниковий зв'язок, електронні мережі, телеграф, телефон, пошта).

19. Інформаційні агенції: різновиди за формою (електронний чи надрукований вигляд: бюлетені, вісники, підготовлені для ефіру повідомлення, мультимедійна продукція).

20. Розповсюдження інформації ІА за чотирма видами: про свою країну для вітчизняної преси, про свою країну для закордонної преси, про інші країни для преси своєї країни, про інші країни для преси інших країн.

21. Визначення понять: слаглайн; хедлайн; дейтлайн; лід; саблід; бекґраунд.

22. Трансформація місця і ролі інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.

23. Вплив інформаційного агентства Шарля Гаваса на зародження агенційної журналістики.

24. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера та її вплив на агенційну

журналістику.

25. Особливості становлення та розвитку інформаційного бюро Бернхарда Вольфа.

26. Інформаційне агентство «Associated Press»: етапи становлення.

27. Сучасна вітчизняна та закордонна агенційна журналістика: порівняння.

28. Визначення поняття «агенційна журналістика».

29. Класифікація інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.

30. Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств.

31. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА та Українські ІА.

32. Особливості реєстрації українських інформаційних агентств.

33. Правове поле діяльності вітчизняних інформагентств.

34. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств: вітчизняне і світове надбання.

35. Особливості структури повідомлень інформаційних агентств.

36. Обов’язкові компоненти інформаційного повідомлення.

37. Інформаційні продукти та їх жанри в ІА.

38. Жанр статистичної інформації в агенційній журналістиці.

39. «Флеш» – повідомлення блискавка в агенційній журналістиці.

40. Поняття «термінова новина» » в діяльності інформаційних агентств.

41. Роль «портрету» як традиційного жанру в агенційній журналістиці.

42. Особливості подання інтерв’ю в агенційній журналістиці.

43. Важливість «огляду» в діяльності інформаційних агентств.

44. Розбір понять «анулювання» і «поправка» в агенційній журналістиці.

45. Фактори, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та закордонних інформаційних агентств.

Рекомендована література

Основна

Березенко В. В., Тернова А. І. Інформаційні агенції в Україні та світі : навч.посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 164 с. https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=425509/ (дата звернення: 05.07.2023).

Гарматій О. В. Агенційна журналістика : навч. посіб. Львів : Сполом, 2015. 176 с. https://www.academia.edu/43442476/ (дата звернення: 05.07.2023).

Шотурма Н. В. Організація роботи прес-служб та інформагентств : хрестоматія до дисципліни. Івано-Франківськ : ПНУ, 2019. 85 с. (дата звернення: 05.07.2023).

Jukes Stephe. News Agencies: Anachronism or Lifeblood of the Media System? Rutledge, February 23, 2022, P. 136 URL: https://www.routledge.com/News-Agencies-Anachronism-or-Lifeblood-of-the-Media-System/Jukes/p/book/9780367469054 (date of access: 29.07.2023).

Palmer Michael B. International News Agencies: A History. Springer International Publishing. P. 281. January 28, 2020 URL: https://www.perlego.com/book/3480370/international-news-agencies-a-history-pdf. (date of access: 29.07.2023).

Додаткова

6. Боґданьскі Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медій. URL: http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-tojest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jej-pozycja-w-swiecie-mediow. (дата звернення: 05.07.2023).

8. Гарматій О. В. Інформаційні агентства як об’єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2015. Вип. 5. С. 334-347.

9. Каппон Рене Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс: Професійний порадник. URL: https://dereksiz.org/the-resource-for-professional-journalists-rene-dj-kappon-nasta.html (дата звернення: 07.07.2023).

10. Нестеряк Ю. В. Інформаційні агентства України в контексті масовоінформаційної діяльності. *Електронна бібліотека Інституту*

журналістики. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1515. (дата звернення: 05.07.2023).
11. Тернова А. І. Прес-служби та інформаційні агентства: методичні рекомендації для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» заочної форми навчання. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 100 с.
13. Gynnild Astrid. The Visual Power of News Agencies. Nordicom Review 38 (2017) Special Issue 2, pp. 25-39. URL: https://www.researchgate.net/figure/fig2_321401799 (date of access: 29.07.2023).
15. Reuters Handbook of Journalism. URL: http://handbook. reuters.com/index.php/Main_Page. (date of access: 29.07.2023).

15. Електронні інформаційні ресурси

Інформаційні агентства як суб'єкти інформаційної діяльності. *Державна реєстраційна служба України.* URL: http://www.drsu.gov.ua/show/186. (дата звернення: 05.07.2023).

Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX (редакція від 07.02.2023). *База даних «Законодавство України». Верховна Рада України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text (дата звернення: 07.02.2023).

ДОДАТОК

Корисні ресурси

Agence France-Presse. URL: http://www.afp.com
Agencia Brazil URL: http://agenciabrasil.ebc.com.br
Agencia de Informacion Paraguaya. URL: https://www.ip.gov.py/ip
Agencia EFE. URL: https://www.efe.com
Agencia Nacional de Noticias. URL: https://www.telam.com.ar
Agentia Nationala de Presa Agerpres. URL: www.agerpres.ro
Agenzia Adnkronos. URL: https://www.adnkronos.com
Agenzia Italia. URL: https://www.agi.it
Agenzia Nazionale Stampa Associata. URL: www.ansa.it
Albanian Teleqraphic Aqency. URL: http://ata.gov.al/
Algemeen Nederlands Persbureau. URL: https://www.anp.nl
Algerian Press Service. URL: www.aps.dz
Anadolu Ajancy. URL: https://www.aa.com.tr
Angola Press News Agency. URL: https://www.angop.ao
Armenpress. URL: https://armenpress.am/arm
Associated Press. URL: https://www.ap.org

Athens-Macedonian News Agency. URL: http://www.amna.gr
Australian Associated Press. URL: https://www.aap.com.au
Austria Presse Agentur. URL: https://apa.at/
Azerbaijan State News Agency. URL: https://azertag.az
Bahrain News Agency. URL: https://www.bna.bh
Baltic News Service. URL: www.bns.ee
Belga News Agency. URL: http://www.belga.be
Beta Noviska Agencija. URL : https://beta.rs
Bulgarian News Agency. URL: www.bta.bg
Croatian News Agency. URL: www.hina.hr
Cuban News Agency. URL: http://www.cubanews.acn.cu
Cyprus News Agency. URL: http://www.cna.org.cy
Czech News Agency. URL: https://www.ctk.cz
Deutsche Presse-Agentur. URL: www.dpa.de
Dogan News Agency. URL: http://dha.com.tr
East News Agency. URL: https://www.mena.org.eg
ELTA. URL: www.elta.1t
Ethiopian News Agency. URL: https://www.ena.et/en
Fars News Agency. URL: www.farsnews.ir
Federalna Novinska Agencija. URL: https://fena.ba
GeoHotNews. URL: http://ghn.ge
İhlas Haber Ajansi. URL: https://www.iha.com.tr
Info-Prim Neo SRL. URL: https://www.ipn.md/ro
Islamic Republic News Agency. URL: https://www.irna.ir
Jakhon News. URL: http://www.jahonnews.uz
Jordan News Agency. URL: www.petranews.gov.jo
Kantor Berita Indonesia Antara News. URL: http://www.antaranews.com
Kazakhstan Today. URL: http://www.kt.kz
Kenya News Agency. URL: https://www.kenyanews.go.ke
Korean Central News Agency. URL: http://www.kcna.kp
Kuwait News Agency. URL: https://www.kuna.net.kw
Kyodo News. URL: https://www.kyodonews.jp
Lesotho News Agency. URL: http://www.lena.gov.ls
Lusa News Agency. URL: https://www.lusa.pt
Macedonian Information Agency. URL: http://www.mia.mk
Maghreb Arab Press. URL: http://www.map.co.ma
Magyar Tavirati Iroda. URL: www.mti.hu
Malaizian National News Agency. URL: https://www.bernama.com
Middle East News Agency. URL: https://www.mena.org.eg

Mongolian National News Agecy. URL: https://montsame.mn
Montenegro Independent News Agency. URL: https://mina.news
Nacionala Zinu Agentura. URL: http://www.leta.lv
National information agency of Kyrgyzstan «Kabar». URL: http://kabar.kg
National information agency of Tajikistan «Khovar». URL: http://www.khovar.tj
News Agency INFOTAG. URL: http://www.infotag.md
News Agency of Nigeria. URL: https://www.nannews.ng
News Agency of the Slovak Republic. URL: https://www.tasr.sk
News Agency Tidningarnas Telegrambyra. URL: https://tt.se
Noticias Mexicanas. URL: www.notimex.gob.mx
Oman News Agency. URL: https://omannews.gov.om
Palestine News & Info Agency. URL: http://www.wafa.ps
Petra News Agency. URL: www.petranews.gov.jo
Polska Agencja Prasowa. URL: https://www.pap.pl
Prensa Latina. URL: https://www.prensa-latina.cu
Press Trust of India. URL: http://www.ptinews.com
Reuters. URL: http://www.reuters.com
Ritzaus Bureau. URL: https://www.ritzau.dk
Saudi Press Agency. URL: https://www.spa.gov.sa
Slovenian Press Agency. URL : http://agencija.sta.si
South African Government News Agency. URL: https://www.sanews.gov.za
Sputnik. URL : https://sputnik.md
Srpska News Agency. URL: https://www.srna.rs
State News Agency (MOLDPRES). URL : https://www.moldpres.md
Syrian Arab News Agency. URL: https://www.sana.sy
Tazpit Press Service. URL: https://tazpit.org.il
Telegrafska Agencija Nova Jugoslavija. URL: http://www.tanjug.rs
The Canadian Press. URL: https://www.thecanadianpress.com
Thomson Reuters URL: https://www.thomsonreuters.com
Trend. URL: www.trend.az
Tunis Afrique Presse. URL: https://www.tap.info.tn/ar
Turkmenistan State News Agency. URL: https://tdh.gov.tm/tk
United News of India. URL: http://www.uniindia.com
United Press International. URL: https://www.upi.com
Uzbekistan National News Agency. URL: http://www.uza.uz
Vietnam News Agency URL: https://vnanet.vn/vi
Xinhua News Agency. URL: http://www.xinhuanet.com
Yemen News Agency Saba. URL: https://www.saba.ye
Yonhap News Agency. URL: www.yonhapnews.co.kr

Альянс Середземноморських інформаційних агентств www.aman-alliance.org
Emirates News Agency. URL: http://www.wam.ae/ar
Об'єднання європейських інформаційних агентств. URL: http://www.newsalliance.org
Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону. URL: www.oananews.org
Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА. URL: http://bsannanews.
Телевізійна мережа новин «Aljazeera». URL: http://english.aljazeera.net
Телевізійна мережа новин «BBC». URL: http://news.bbc.co.uk
Телевізійна мережа новин «CNN». URL: http://www.cnn.com
Українське національне інформаційне агентство Укрінформ. URL: https://www.ukrinform.ua
Українське незалежне інформаційне агентство новин УНІАН. URL: https://www.unian.ua
Українські новини. URL: http://ukranews.com
Федерація арабських інформаційних агентств. URL: www.fananews.com

Google Earth. URL: https://www.google.com.ua
Google Street View. URL: https://www.google.com
Fotoforensics. URL: https://fotoforensics.com
Wolfram Alpha. URL: https://www.wolframalpha.com