(Ф 21.01 – 03)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 04_b | **Силабус навчальної дисципліни**  **«Інформаційні агентства світу»**  **Освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»**  **Галузь знань: 06 «Журналістика»**  **Спеціальність: 061 «Журналістика»** | |
|  | Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти | |
| **Статус дисципліни** | Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП | |
| **Курс** | 3(третій) | |
| **Семестр** | 5(п'ятий) | |
| **Обсяг дисципліни,**  **кредити ЄКТС/години** | 4 кредити / 120 годин | |
| **Мова викладання** | Українська | |
| **Що буде вивчатися (предмет вивчення)** | Предмет вивчення – історичний досвід та актуальна проблематика агенційної журналістики з усіма їх складовими. | |
| **Чому це цікаво/треба вивчати (мета)** | Мета викладання навчальної дисципліни «Інформаційні агентства світу» – опанування студентами історичного досвіду, основних теоретичних засад та методології діяльності інформаційних агентств, вироблення та набуття практичних навичок, необхідних для вміння працювати на “стрічку новин”, безпомилкового вибору тем, кваліфікованого пошуку та професійного аналізу джерел інформації, ефективної роботи по створенню текстів різних жанрів зі специфікою інформаційних агентств. | |
| **Чому можна навчитися (результати навчання)** | Навчальна дисципліна спрямована на формування системи загальнотеоретичних і прикладних знань у сфері агенційної журналістики і має на меті сформувати навички оперативного створення журналістських матеріалів в інформаційних жанрах з різноманітним контентом у відповідності до редакційних потреб.  Результатом навчання стане:  - знання історії становлення та формування сучасних інформаційних агентств світу як специфічного типу журналістики, особливості творчо-виробничого процесу виготовлення інформаційно-аналітичного продукту для друкованої преси, радіо, телебачення та інтернет-видань;  - розуміння основних суттєвих відмінностей журналістики інформагенцій;  - технологія створення матеріалів зі специфікою агенційної журналістики. | |
| **Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)** | У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних компетентностей:   * розуміння етимології термінів у галузі агенційної журналістики; * упевнена орієнтація в потоці продукції інформагентств, різнобічне оцінювання їхнього продукту та пропонування шляхів оптимізації їхньої роботи, застосовуючи при цьому професійні критерії; * аналізування текстового та ілюстративного матеріалу інформаційних агентств світу; * створення у критично стислий час текстів для “стрічки новин”; * оптимальна організація роботи на прес-конференціях та інших подіях, а також написання текстів інших жанрових форм (репортажі, звіти, інтерв’ю, аналітичні статті тощо); * кваліфікована співпраця та конкурування з прес-службами, редакціями друкованої преси, радіо, телебачення, інтернет-видань, інших інформагентств, домагаючись високоефективного втілення власних творчих задумів; * професійна підготовка матеріалів для інформаційних агентств. | |
| **Навчальна логістика** | **Зміст дисципліни:**  “Інформаційні агентства світу” як навчальна дисципліна, її місце і значення у підготовці, її теоретичні та наукові засади. Предмет вивчення – історичний досвід та актуальна проблематика інформаційної журналістики з усіма їх складовими. Мета курсу – дати студентам знання і навички для роботи у інформаційних агентствах, висвітлити основні проблеми організації роботи редакцій агентств новин різних типів, розкрити зміст та наукове обґрунтування практичних дій по розв’язанню цих проблем. Література, присвячена питанням історії та сучасної діяльності інформаційних агентств світу. Історичний досвід Англії, США, Німеччини, СРСР щодо організації роботи інформаційних агентств.  Етапи становлення інформаційних агентств. Типові ознаки інформаційних агентств у діяльності “лавок новин”, торгового дома Фуггерів тощо. Створення першого інформаційного агентства Гавас, відпочкування від нього агентства новин “Рейтерс”. Поява інформагентств у Німеччині, США, Росії. Історія Агентства “Франс прес”.  Сучасний стан світових інформаційних агентств. Тенденції комерціалізації, спеціалізації, вплив інтернету та його наслідки. Нівелювання типових особливостей агентств новин в умовах світової мережі “Інтернет”.  Особливості зародження, розвитку та формування досвіду українських інформаційних агентств. Створення перших інформагентств в Україні – Центральною Радою, Директорією тощо. Історія інформаційного агентства РАТАУ – ДІНАУ – УКРІНФОРМ. Історія АПН, УНІАН, створення й досвід роботи філій іноземних інформаційних агентств в Україні: “Рейтерс”, ВВС, “ІТАР-ТАРС” та ін. Місце українських агентств новин у європейському та світовому контексті.  Основні законодавчі акти держави України, присвячені інформаційним агентствам, їхній зміст.  Права і обов’язки журналістів інформагентств, особливості роботи журналістів агентств новин в Україні. Кадровий склад редакцій агентства як основа її творчої, організаційної, фінансової діяльності.  Оптимізація роботи мережі корпунктів редакцій, власних й спеціальних кореспондентів інформагентств. Оперативність та актуальність інформації як організаційна проблема редакційного колективу інформагентства.  Провідні інформаційні агентства світу й України: порівняльний аналіз. Світові, регіональні та місцеві інформаційні агентства, спеціалізовані агентства новин, місце вітчизняних інформагентств у їхньому середовищі. Кількісні та якісні відмінності роботи вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.  Фінансове становище інформагентства як основа його діяльності і показник його становища в умовах конкуренції. Розвиток та утримання мережі власних кореспондентів у країні та за кордоном як запорука успіху інформагентства у конкурентній боротьбі за оперативність та актуальність інформації.  Робота інформагентств у “гарячих точках” планети. Сучасна агенційна журналістика: структура і технологія діяльності. Типова структура інформаційного агентства. Організаційні основи діяльності редакційного колективу АН в умовах наджорсткої конкуренції. Особливості роботи кореспондентів та редакторів на “стрічку новин”.Специфіка аналітичних матеріалів інформагентств, особливо в умовах Інтернету. Ресурси підвищення оперативності роботи кореспондентів. технології передбачення появи новин.Стосунки засновників, власників, редакторату, творчих колективів інформагентств. Планування, виконання творчих планів та звітність у інформаційних агентствах. Проблеми функціонування інформаційних агентств у мережі Інтернет. Проблеми стосунків інформагенцій з органами державної влади та місцевого самоврядування, фінансово-промисловими групами, політичними партіями тощо. Типи стосунків з владними та політичними центрами: засновники, спонсори, опоненти.  Особливості організації роботи з споживачами та постачальниками новин: з друкованими органами телерадіостудіями, Інтернет-сайтами, прес-службами органів влади та політичних і громадських організацій тощо. Організація роботи редакції газети з рекламодавцями, фінансово-промисловими групами. Типи стосунків з ними. Чинник мети як визначальний в організації стосунків з політичними чи фінансовими центрами.  Передплатна кампанія в інформаційних агентствах. Інтерактивні засоби спілкування через інтернет-сайт. Практика “промоушн” у проведенні масових заходів з аудиторією – прес-конференції, оформлення конференц-залів, конкурси, зустрічі з журналістами, “круглі столи”, виїзні засідання редакцій АН тощо. Організація кооперування та конкурентної боротьби з іншими інформагенціями. Інформаційно-творчі особливості агенційної журналістики. Зосередженість на новинах, на їхній оперативності як визначальній якості – основа діяльності інформаційних агентств світу. Обмеженість аналітичного продукту та відсутність творів художньо-публіцистичних жанрів як типова особливість інформаційного продукту агентств новин. Спеціалізовані інформагентства, специфіка їхньої діяльності (“Bloomberg” тощо). творче ставлення кореспондентів та редакторів до оперативності надходження інформації передплатникам – основа й вирішальна умова успіху діяльності АН.Інформаційний продукт інформагентств: жанри, стилістика. Особливості прояву традиційних газетних жанрів у роботі інформаційних агентств, ставлення до інформації та проблематики, мова творів, обсяги тощо. Особливі вимоги до кореспондентів та редакторів інформаційних агентств. **Види занять:** лекції, практичні заняття, самостійна робота.  **Методи навчання:** Під час вивчення дисципліни «Інформаційні агентства світу» важливо зосередити увагу не лише на освоєнні теоретичного матеріалу, а й на відпрацюванні практичних навичок, саме тому більшість практичних занять проводиться у формі редакційної наради («літучки»), студенти мають можливість обговорювати підготовлені твори, обирати найбільш вдалі, проводити аналіз дотримання вимог, нових модифікацій тощо. Кожен студент виконує роль журналіста, який отримав редакційне завдання й виконує його у встановлені терміни.  Окрім цього практичні заняття проходять у формі круглих столів, на яких обговорюються актуальні проблеми сучасної агенційної журналістики, шляхи і перспективи її розвитку, світовий досвід тощо. Неодмінною складовою засвоєння практичних навичок є вирішення кейсів, створення мультимедійних проектів тощо.  При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:  – пояснювально-ілюстративний метод;  – метод проблемного викладу;  – репродуктивний метод;  – дослідницький метод;  – порівняльний.  Реалізація цих методів здійснюється при проведенні лекцій, демонстрацій, самостійному вирішенні задач, роботі з навчальною літературою, збиранні жанрового досьє тощо.  **Форма навчання:** очна. | |
| **Пререквізити** | «Вступ до спеціальності», «Медіапсихологія», «Аудіовиробництво», «Відеовиробництво», «Журналістські жанри» | |
| **Прореквізити** | «Медіауправління», «Іміджологія», «Соціологія масових комунікацій». Знання з дисципліни «Інформаційні агентства світу» можуть бути використані при написанні кваліфікаційної роботи. | |
|  | **Навчальна та наукова література**  **Науково-технічна бібліотека НАУ:**   1. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: *Підручник.* 2-ге вид., перероб. і доп. Л.: ПАІС, 2004. 268 с. 2. Іванов В. Ф., Дудко О. С. Міжнародна журналістика. Міжнародний піар: *Навчальний посібник.* К.: Освіта України, 2011. 288 с. 3. Кривошея Г. П. Теорія і практика журналістики: *Навчальний посібник.*  Київ: НАУ, 2007. 220 с. 4. Май Манфред. Медіа-політика в інформаційному суспільстві /пер. З нім. В. Климченко, В. Олійник. Київ: Академія Української Преси, 2011. 286 с. 5. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Київ: НАУ, 2009. 116 с.   **Репозитарій НАУ:**   1. Васьківська О. Є. Навчально-методичний комплекс дисципліни "Інтернет-журналістика". Київ: НАУ, 2021. 11 с. 2. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. Київ: Національний авіаційний університет, 2009. 124 с. 3. Навчально-методичний комплекс дисципліни "Журналістські жанри". Київ: НАУ, 2016. 13 с. | |
| **Локація та матеріально-технічне забезпечення** | Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія кафедри журналістики, яка оснащена сучасною комп’ютерною технікою та обладнанням для проведення лекційних і практичних занять. | |
| **Семестровий контроль** | Диференційований залік | |
| **Кафедра** | журналістики | |
| **Факультет** | міжнародних відносин | |
| **Викладач(і)** | **C:\Users\Галина Ивановна\Desktop\ФОТОШОП\9CAF23A0-C336-450D-8417-BF4472BD0D5A.jpg** | **НАЗАРЕНКО ГАЛИНА ІВАНІВНА**  **Посада:** доцент кафедри журналістики Факультету міжнародних відносин НАУ  **Науковий ступінь:**  кандидат філологічних наук  (спеціальність «Журналістика»)  **Вчене звання:** доцент  **Профайл викладача:** <http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_zgurnalistiki/>  <http://www.lib.nau.edu.ua/naukpraci/teacher.php?id=10996>  <http://www.lib.nau.edu.ua/praci/10996Nazarenko.pdf>  **Тел.:** 406-77-85  **E-mail:** mihnazar@rambler.ru  **Робоче місце:** 7.215 |
| **Оригінальність навчальної дисципліни** | Авторський курс | |
| **Лінк на дисципліну** |  | |