

JOURNALISM / PUBLICISM

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.7>

UDC 070.431.2:378.4

**“Agency Journalism” Laboratory Classes
as a Way of Developing Students' Basic Skills
to Work on News Content**

Alla Kobynets

*PhD. (philol. sci), Associate Professor
Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: ravlik55@ukr.net

ABSTRACT

The objective of the article is to represent the experience of conducting the practicals during the study of professional discipline “Agency journalism” by the first year students, as well as to generalize it and to evaluate its effectiveness with regard to introduction of different teaching methods and techniques that will help future journalists to understand this subject more thoroughly and its significance in the process of creating media product.

A number of methods, which are implemented during the classes and which contribute to creative expression of students and approaches are analyzed, the examples of their works performed in the audience are given.

The current role of news agencies in the Ukrainian society is difficult to overestimate, since they are in fact considered to be the main “players” in shaping public information flows. Therefore, a wide network of these agencies - world, nationwide and regional - makes it possible to observe the so-called “agency boom” and influences significantly the expansion of their activities.

This recovery is caused not only by the huge number of events that take place during an information day, but also by the great capacities of agencies to cover them with the use of various technological “innovations”, in particular audio and video materials, which was previously impossible. In recent years, there have been many changes in our society that have had a significant impact on the development of domestic media, which have a significant impact on the public.

During the course of studying the discipline (and this is a whole semester), the students usually work out at least 10-15 events, as well as visit the leading news agencies of the country “Ukrinform”, “UNIAN”, “Interfax”, participate in the events, that take place on the platforms of

these agencies; prepare about 25 notes during the semester, which the lecturer analyzes, write two module tests - one theoretical and creative test and one research test.

KEYWORDS: agency journalism; news agencies; news journalism; message.

УДК 070.431.2:378.4

Лабораторні заняття з «Агенційної журналістики» як спосіб вироблення у студентів базових навичок для роботи над новинним контентом

Кобинець Алла Володимирівна, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат філологічних наук, доцент

Резюме

Мета статті – навести досвід проведення практичних занять під час вивчення студентами першого курсу фахової дисципліни «Агенційна журналістика», а також узагальнити його, оцінити ефективність викладання з огляду на впровадження різних методів та прийомів викладання, які допоможуть майбутнім журналістам глибше зрозуміти предмет вивчення, його важливість у творчому процесі створення медійного продукту.

Проаналізовано низку методів, що впроваджуються під час занять і сприяють творчому вираженню студентів, підходів, наведено приклади з їхніх робіт, виконаних в аудиторії.

Нинішню роль інформаційних агентств в українському суспільстві важко переоцінити, оскільки саме вони фактично вважаються основними «гравцями» у формуванні суспільних інформаційних потоків. Тому широка мережа цих агентств – світових, всеукраїнських та регіональних – дає змогу спостерігати так званий «агенційний ажіотаж» та істотно впливає на розширення їхньої діяльності.

Це поживалення викликане не лише величезною кількістю подій, які відбуваються протягом інформаційного дня, а й великими можливостями агентств їх висвітлювати із використанням різних технологічних «новацій», зокрема аудіо-, відеоматеріалів, що раніше було неможливо. Впродовж останніх років у нашому суспільстві відбулося багато змін, які істотно позначилися на розвитку вітчизняних медіа, що мають значний вплив на громадськість.

Упродовж терміну вивчення дисципліни (а це – цілий семестр) студенти, як правило, «відпрацьовують» не менше 10–15 подій, а також відвідують провідні інформаційні агентства країни «Укрінформ», «УНІАН», «Інтерфакс» беруть участь у заходах, які відбуваються на платформах цих агентств; готують протягом семестру близько 25 заміток, які викладач аналізує, пишуть дві модульні контрольні роботи, одна з яких має теоретичний та творчий характер, інша – дослідницький.

Ключові слова: агенційна журналістика; інформаційні агенції; новинна журналістика; повідомлення.

Кобинец А.В. Лабораторные занятия по «Агентционной журналистике» как способ выработки у студентов базовых навыков для работы над новостным контентом

Цель статьи – описать опыт проведения практических занятий во время изучения студентами предмета «Агентционная журналистика». Проанализирован ряд методов, которые внедряются во время занятий и способствуют творческому выражению студентов, формированию новых подходов, приведены примеры из их работ, выполненных в аудитории. Нынешнюю роль информационных агентств в украинском обществе трудно переоценить, поскольку именно они фактически считаются основными «игроками» в формировании общественных информационных потоков. Поэтому широкая сеть этих агентств – мировых, всеукраинских и региональных – позволяет наблюдать так называемый «агентционный ажиотаж» и существенно влияет на расширение их деятельности.

Это оживление вызвано не только огромным количеством событий, которые происходят в течение информационного дня, но и значительными возможностями агентств их освещать с использованием различных технологических «новаций», в частности аудио-, видеоматериалов, что раньше было невозможным. В последние годы в нашем обществе произошло много изменений, и в том числе, в развитии отечественных медиа, которые оказывают большое влияние на общественность.

В течение срока освоения дисциплины студенты, как правило, «отрабатывают» не менее 10–15 событий, а также посещают ведущие информационные агентства страны «Укринформ», «УНИАН», «Интерфакс», участвуют в мероприятиях, которые происходят на платформах этих агентств; готовят в течение семестра около 25 заметок, которые преподаватель анализирует, пишут две модульные контрольные работы, одна из которых носит теоретический и творческий характер, другая – исследовательский.

Ключевые слова: агентционная журналистика; информационные агентства; новостная журналистика; информационное сообщение.

1. Вступ

Нині є потреба у глибокому дослідженні медійного простору, і, зокрема, тих його сегментів, які формують інформаційну палітру дня, несуть оперативну інформацію про події, що відбуваються. Це насамперед стосується інформаційних агентств, які працюють над створенням інформаційних продуктів новинного характеру, оскільки інформаційна сфера настільки рухома, активна й оперативна, що обіг новин потребує їх систематизації та структуризації. Ось чому роль інформаційних агентств невинно зростає, ці агентства фактично перетворилися на самостійні та самодостатні засоби масової інформації. Працюючи в мережі інтернет, інформаційні агентства здобули першість у висвітленні подієвої картини дня нашого суспільства. Тому під час підготовки журналістських кадрів для практичної роботи в медіа, й зокрема, інформаційних агенціях слід значну увагу надавати саме практичним заняттям. В нинішніх умовах з огляду на інформаційний «бум» та стрімкий розвиток інформаційних ресурсів, які працюють над новинним контентом, поширення інформації буде більш активним. Аналіз досліджень свідчить про те, що науковий інтерес щодо вивчення інформаційних агентств, зокрема їх діяльності та розвитку, є предметом досліджень українських та зарубіжних науковців.

З огляду на вищезазначене впровадження в навчальний план Інституту журналістики дисципліни «Агенційна журналістика» є досить вдалим, продуманим та далекоглядним рішенням, оскільки студенти розпочинають знайомство із найпоширенішим інформаційним продуктом – заміткою, в основі якої лежать інформація, фактаж, які потрібно зібрати і «виструнчити» відповідно до стандартів підготовки матеріалів, які запровадили інформагенції. Дотримання цих стандартів дає змогу грамотно й виважено працювати з маси-

вом інформації, яка використовується в роботі над журналістськими творами. Відтак студенти-першокурсники не лише знайомляться з роботою агенцій та їхніми продуктами, а й самі їх готують, усвідомлюючи також те, що саме такі продукти є певною мірою дже-релами для подальшої роботи друкованих чи електронних медіа.

2. Теоретичне підґрунття

Українські вчені В. В. Різун, О. К. Мелешенко, І. Л. Михайлин, О. Ф. Коновець, М. І. Недопитанський, В. І. Ільченко, Ю. В. Нестеряк, В. І. Миронченко та багато інших досліджували різні аспекти діяльності інформагентств; вони стали предметом досліджень низки зарубіжних науковців. Зокрема, внесок у цей сегмент дослідження інформаційної сфери зробили Ш. Рус-Моль, З. Вайшенберг, Р. Дж. Каппон, К. А. Войцехович, О. Р. Лашук, І. Аньєс. Науковці дотримуються думки, що внесок у розвиток інформаційного суспільства інформаційними агентствами досить потужний.

Новинна журналістика нині не обтяжена складними засобами вираження. Навпаки, вона побудована на тих професійних принципах, які упродовж великого часового відрізка зуміли міцно увійти в практичне журналістське життя, насамперед тим, що змушують журналіста бути неупередженим і критично мислячим, дотримуватися стандартів роботи з новинами. Однак новинна журналістика настільки всеохоплююча, що вона змушує журналіста постійно працювати над собою. І професійна робота з інформацією, стандарти новин, обмежуючись, здавалося б, простими правилами, дають широке поле для діяльності.

Загалом, проблема інформаційної сфери діяльності, і зокрема, медійної, полягає насамперед у необхідності професійно та оперативно продукувати новини, зважаючи не лише на об'єктивність, а й на низку інших особливостей і насамперед якість інформаційного продукту. Цьому потрібно під час навчання приділити належну увагу.

Тому на початковому етапі вивчення дисципліни варто з'ясувати, в чому полягає суть агенційної журналістики, а також особливості та специфічні методи роботи журналістів, які працюють у цій підсистемі медій, а також, як саме забезпечити її розуміння студентами. Отже, перші кроки у вивченні дисципліни мають бути присвячені цим питанням. Цілком логічним має бути пояснення принципів роботи над інформаційними продуктами агенцій, увага має бути загострена на побудові замітки, її складників – заголовка, ліду, саблідю та бекграунду. Здобуття базових навичок у написанні заміток, їх розуміння – перший етап у здобутті навичок роботи журналіста. Значна увага має бути присвячена також таким поняттям, як новина та факт, що, власне, становить основне підґрунття в роботі інформаційних агенцій. Саме для цього існує така форма роботи в аудиторії, як лабораторні заняття, під час яких студенти вчать осмислювати факти та співставляти їх, оцінювати важливість новини та її місця в інформаційному жанрі замітки.

Мета статті – узагальнити, систематизувати досвід проведення лабораторних занять під час опанування студентами предмета «Агенційна журналістика». Мета статті передбачає вироблення таких умов практичних занять зі студентами, щоб вони якомога глибше зрозуміли сутність інформаційних повідомлень, з яких формують стрічки новин інформаційні агенції, та навчилися їх створювати, дотримуючись певних стандартів. Мета обумовлює такі *завдання*: не лише відпрацювання основних методів збирання та підготовки інформації, а й робота в аудиторії над написанням власних матеріалів різної тематики (за заданим викладачем фактажем, за результатами відвідування студентами певної події, участі в прес-конференції, брифінгу тощо), а й вивчення досвіду роботи журналістів інформаційних агенцій. Цьому сприяють втілені викладачем під час лабораторних занять різноманітні навчальні методики, спрямовані на розвиток творчого підходу до справи, образного мислення, а також навчають працювати в команді.

3. Методи дослідження

У роботі над цією статтею застосовані загальнонаукові та прикладні методи дослідження. Передусім, у процесі збирання матеріалу був застосований метод спостереження, а також описовий метод – для проведення більш детального аналізу наявного матеріалу, зокрема результатів творчих робіт студентів. Під час опрацювання наявного фактологічного матеріалу, його аналізу застосовувався проблемно-тематичний метод, який насамперед був незамінним для визначення тематичного наповнення інформаційних текстів. Окрім цього, наукове дослідження містить елементи структурно-функціонального та методу контент-аналізу як ефективних щодо дослідження конкретного текстового матеріалу; його аналіз за змістом ключових понять допомогло з'ясувати джерела походження інформації та ін.

4. Результати й обговорення

За висловлюванням французького дослідника преси Іва Аньеса, інтернету нині «...властиві сильні сторони трьох інших видів медіа: миттєвість, архівування, глибина, інтерактивність. До цього додається розмаїття допоміжних засобів (аудіо, відео, текст, графіка) та гіпертекстова навігація. Найбільша перевага з точки зору авторів веб-сайту і журналіста – це поєднання миттєвості (немає обмеження на кількість статей) та глибини. Зокрема, інформація може подаватися майже «наживо», навіть якщо після цього її можна буде розвинути та деталізувати» [1, с. 460].

Як це «працює»? Уявімо собі будь-яку «гарячу новину». Це може бути що завгодно: політична (економічна, культурологічна тощо) подія, поява нового законодавчого документу, прояв волевиявлення чи діяльності якогось руху / об'єднання, підсумок чи розвиток суспільної дискусії тощо. «Гаряча новина» – очікувана чи несподівана – має свій початок, так званий «нульовий цикл», «фундамент». Іншими словами, це «основна інформація», яку потім можна всебічно розвивати (розширювати), втілюючи її відповідний жанр, як-от: репортаж, стаття, коментар. Безперечно, вони в процесі створення відповідного жанрового продукту «обростатимуть» фактами, відеорядом, інфографікою... Але в його «фундаменті» так і залишиться «основна інформація», що й спричинила потік публікацій, які, крім неї, доповнилися різними фактами, аналізом, коментарями.

Адже неможливо заперечити, що одна стаття, яка розпочалася з основної інформації – так званої «гарячої новини», з часом у своєму активі пропонує загалу низку додатків, споріднених тем, залишаючись у новинному рейтингу «гарячою». І якщо власне «гаряча новина» цінна для журналістів як професіоналів своєю оперативністю, фактажем, актуальністю, точністю, то суспільству вже потрібна більш розлога публікація, яка його зацікавить не лише в плані теми, а й викладу матеріалу. Ось чому робота інформаційних агентств не обмежується лише викладом власне «гарячих новин»: вони пишуть різні матеріали, які, ґрунтуючись на оперативній інформації, більш розлого розкривають суть того, що відбулося.

Це й демонструють стрічки новин, з яких можна перейти на тематичні сторінки, переглянути доданий фотоконтент, аудіо-, відеоінформацію, що, безумовно, підвищує зацікавленість читачів, і насамперед тому, що інформування відбувається оперативно, воно ґрунтується на фактах, подіях, які щойно відбулися у суспільстві (пізніше – про дотичні моменти до цих подій).

Говорячи про суспільну важливість та значимість роботи інформагентств, не лише загальнонаціональних, а й регіональних, ми не можемо не відзначити їх важливої ролі у діяльності комунікаційних потоків. Тому говорити лише про те, що нині інформаційні агентства виконують роль надання інформації для своїх колег – інших засобів масової

інформації, зокрема газетам, радіо та телебаченню, – не зовсім коректно, а з наукової точки зору неправильно.

Саме на цьому ми наголошуємо на першому лабораторному занятті у другому навчальному семестрі під час вивчення дисципліни «Агенційна журналістика» студентами першого курсу ОП «Журналістика і соціальна комунікація», яка є міжкафедральною дисципліною в Інституті журналістики (до її вивчення залучені фахівці кількох кафедр: соціальних комунікацій, періодичної преси, мови та стилістики).

Тому студенти мають засвоїти одну важливу деталь, яка буде їх супроводжувати у практичній роботі, і над новинним контентом зокрема: вихід інформантств за межі традиційного ринку світових новин, як стверджують вчені, відбувся не просто так, сам по собі, а в результаті системного застосування технологічних процесів у комунікації та інформації. Це дало змогу інформаційним агентствам інтегруватися в світову інформаційну спільноту і зайняти відповідне місце на інформаційному ринку, який нині є досить розгалуженим. Новітні технології, зрештою, допомогли інформаційним агентствам поширювати власні продукти (текстові та із використанням фото-, аудіо-, відеоконтенту) шляхом їх групування (пакування) за тематикою, регіонами, сферами політичного впливу і т. ін., що сприяє оперативності, підвищує якість, а отже, викликає більшу зацікавленість споживачів різних рівнів та соціальних груп.

Метою дисципліни, як зазначається у робочій навчальній програмі, є ознайомлення студентів із досвідом роботи вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств, їх місцем і роллю у вітчизняному та світовому інформаційних просторах, вироблення навичок роботи з матеріалами новинного характеру, засвоєння вимог щодо підготовки повідомлень інформаційних агентств, а також ознайомлення із жанровою палітрою агенційної журналістики та діяльністю інформаційних агентств.

Але майбутні журналісти, крім ознайомлення з основними етапами становлення та розвитку інформаційних агентств, їх роллю і місцем у процесах глобалізації, мають зрозуміти, у чому полягає особливість роботи журналіста як творчої одиниці в роботі пересічного інформаційного агентства. А це – знайомство із вимогами до новинних жанрів, де ключовим є інформаційне повідомлення, тобто замітка.

Отже, поряд із усвідомленням двох головних понять – «агенційна журналістика» та «інформаційний продукт», студенти мають вивчити, а потім і навчитися стандартам створення матеріалів для агентств, на практиці ознайомитися із їх структурою, організацією роботи, а також набути необхідних навичок написання повідомлень / заміток для інформаційних агентств, їх створенні за наданим фактажем чи після відвідування заходу, події тощо. Також студенти мають орієнтуватися в інформаційних продуктах національних інформаційних агентств, зрозуміти та усвідомлювати їх можливості в інформаційному ринку країни.

Головне, чим має займатися студент на практичних заняттях, – це вчитися працювати з текстами, а потім і самому їх створювати. На першому етапі роботи це є тексти інформаційних агентств. Отже, студент має їх аналізувати відповідно до побудови.

При цьому велика увага надається заголовку та лідові. Кожне агентство робить це по-різному, хоча суть цих двох елементів одна: привернути увагу читачів / користувачів / передплатників. Але якщо заголовок має «стріляти» (привернути увагу кожного), то лід має продовжити це завдяки низці чітко викладених фактів.

Побудова замітки, – наголошуємо на заняттях в аудиторії, має чітку структуру, і порушувати її неприпустимо. Адже ніхто не має починати написання замітки / повідомлення, наприклад, із бекграунду, бо суть бекграунду полягає в тому, що він несе деяку додаткову інформацію, яка вміщується наприкінці матеріалу; це може бути передісторія того, про що йдеться в замітці, а також деякі корисні довідкові моменти.

«Тіло» інформаційної замітки, її корпус (саблід) – теж важливий складник, у ньому зосереджена не лише головна суть, а й інші деталі, які можуть бути цікавими. Тобто, основні вимоги до новини – вона має бути оперативною, зрозумілою й чітко викладеною – це той важливий «меседж», який весь час викладач передає студенту.

Навіщо проводити таку роботу? Чи може вона зацікавити студентів, чи не відштовхне їх від занять постійне нагадування, що писати треба саме так, а не інакше? Навпаки. Практичні заняття демонструють незаперечні факти: цікавості у студентів набагато більше, ніж, скажімо, розчарування на кшталт: «я вже все знаю, мені це набридло»; досить високий рівень вмотивованості – потрібно навчитися писати, адже це майбутня професія; варто ще додати такі риси, як енергійність та креативність – у цій площині, як свідчить практика, студенти демонструють повну єдність. Радує усвідомлення ними того, що навчочок у написанні замітки / повідомлення ніколи не буває багато.

Це стосується, до речі, й журналістів-практиків, які весь час прагнуть підвищувати свою професійну майстерність. Тому критерії досконалості інформаційних жанрів журналістики, і, зокрема, заміток, – важливий момент у вивченні дисципліни, бо замітку можна вважати саме базовим жанром журналістики.

Аудиторні лабораторні (практичні) заняття передбачають використання інтерактивних форм роботи зі студентською аудиторією, які спрямовані на зацікавлення предметом, а також на його більш глибоке вивчення. Це, насамперед, ділові ігри, роботи в малих групах, дискусії, «мозкові штурми», відвідування відповідних подій, зазначених попередньо викладачем, з метою написання повідомлень різної тематики та обговорення їх у групах, визначення кращих матеріалів; відвідування провідних національних інформаційних агентств країни – «Укрінформ», «УНІАН», «Інтерфакс», під час яких відбувається знайомство з принципами їхньої роботи, структурою, провідними журналістами та підрозділами.

Практичні заняття на базах вищезазначених агентств передбачають, у тому числі й участь у прес-конференціях, «круглих столах», брифінгах та написання заміток / повідомлень про це. Від студентів вимагається відтворення змісту, визначення головних моментів таких зібрань з метою виявлення вмінь «схопити» суть того, що відбувалося, й грамотно подати її у вигляді журналістського твору, що відповідає вимогам жанру, який вивчається.

Відтак, відбувається з боку студентів реальне демонстрування творчих навичок, які вони набувають під час підготовки матеріалів у період відвідування ними прес-конференцій та інших заходів в інформагенціях Києва. Значною мірою їм допомагає подальше обговорення підготовлених матеріалів у групі разом із викладачем. Кращі матеріали розміщуються на створеній студентами сторінці в соціальних мережах (зокрема, «Фейсбук»).

Так, для прикладу можна навести низку діючих під час опанування дисципліни «Агенційна журналістика» сторінок студентських груп у соціальній мережі «Фейсбук» упродовж кількох останніх років: «3 (третя – авт.) академічна група»³³, «Двадцять цілих і п'ять десятих»³⁴, «Молодіжне інформаційне бюро ІЖ»³⁵, на яких були розміщені публікації та світлини студентів із різних заходів. Також студенти постійно надавали свої матеріали для розміщення на офіційному сайті Інституту журналістики, для використання студентською прес-службою. Така робота мотивує студентів, розкриває перед ними широке поле для творчості та демонстрації власних навичок в опануванні вивчених тем і написанні новинних матеріалів.

³³ <https://www.facebook.com/groups/1140297279326610/?ref=share>

³⁴ <https://www.facebook.com/3groupjour/photos/a.1309804862444683/1309804709111365/?type=1&theater>

³⁵ https://www.facebook.com/profile.php?id=100033642005734&fref=pb&hc_location=friends_tab

Фактично, робота над створенням та розміщенням матеріалів на згаданих вище сторінках у соціальних мережах відбувається в рамках одного з модулів дисципліни «Агенційна журналістика», – «Організація роботи редакції інформаційного агентства. Практичні навички».

Тобто, практичний модуль має цілком конкретну мету: закріплення навичок, отриманих під час попередніх занять. Студенти створили те, що їм було цікаво і водночас зручно: сторінки в соціальних мережах, а також навчальну редакцію інформаційних агентств.

Першою серйозною спробою пера у 2016-му році стала участь студентів третьої академічної групи Інституту журналістики у роботі над колективним збірником «Володимир Стадниченко. *Непарадний портрет*»³⁶ (видавництво «Успіх і кар'єра») про відомого українського журналіста, письменника і громадського діяча, лауреата Шевченкової та Франкової премій Володимира Стадниченка з нагоди його 80-річчя. До книги увійшли нариси, інтерв'ю, публіцистичні роздуми про цю непересічну особистість.

У процесі підготовки збірника редколегією були визначені теми, і студенти Інституту журналістики взялися до роботи у вільний від навчання час. Нікого не довелося переконувати чи вмовляти, охочих виявилось значно більше, ніж тем. Для написання матеріалів були встановлені строки, і майбутні журналісти впоралися, завершили свої доробки вчасно. Це були інтерв'ю з Іваном Драчем, Максимом Рильським (онуком відомого поета й академіка), Миколою Череньком. Матеріали після відповідного опрацювання надійшли до видавця й отримали схвальну оцінку, були підписані до друку.

Таким чином, серед низки відомих журналістів, громадських діячів, митців, які взяли участь у цьому проєкті, як автори були Богдан Миколайчук та Лаура Маргарян (публікація «Максим Рильський: Стадниченко – справжній лідер»), Іванна Підборська та Ірина Пельц (публікація «Іван Драч: Криниця для спраглих»), Ірина Савчук та Варвара Свеженцева (публікація «Микола Черенько: Затятим демократом був посеред того соціалізму»). Перше, серйозне журналістське випробування у такому поважному виданні виявилось справді вдалим.

У другому семестрі 2017 р. академічна група була поділена навпіл, і кожна із підгруп створила свої «агентства»: «Мітвегіс» та «В десятку!» Відбулися редакційні «летючки», на яких студенти розподілили повноваження та обов'язки, спланували теми (відповідно: все, пов'язане з їжею, спортом та подорожами), а потім почали створювати матеріали, які ґрунтувалися на подіях, що відбувалися в межі доступності на зазначену тематику; в рамках роботи над контентом власних агентств відбувалися гострі дискусії щодо якості матеріалів та тематичної спрямованості. Дискутували між собою представники обох підгруп, демонструючи як конструктивність щодо зауважень, так і толерантність щодо творчих підходів. Викладач під час такої роботи особливий акцент спрямовував на використання джерел інформації, формування структури матеріалу студентських інформагентств із використанням всіх обов'язкових елементів. Зокрема, увага була сконцентрована на адаптуванні повідомлення інформагентств «Мітвегіс» та «В десятку!» до потреб потенційної аудиторії.

Активно та з великою цікавістю студенти працювали і під час проведення традиційної «Журналістської весни» – загальноінститутського фестивалю-зустрічі випускників різних поколінь, що відбувається щороку в останню суботу травня, над висвітленням інформаційної палітри дня.

У рамках роботи над новинними матеріалами студенти керувалися вже вивченими принципами та критеріями відбору новин, використовували знайомі й апробовані на

³⁶ Володимир Стадниченко. *Непарадний портрет* : зб. спогадів, інтерв'ю, статей, світлин / упоряд. А. Ковтун. Київ : Успіх і кар'єра, 2016. 121 с.

практиці журналістські жанри, вчилися редагувати тексти, застосовуючи знання, набуті в процесі опанування дисципліни «Агенційна журналістика».

Розвиток творчої особистості студентів, підвищення інтересу до навчання, формування в них внутрішньої мотивації щодо здобуття базових професійних навичок, а також ключових компетентностей особистості, як-от: самопізнання, самовдосконалення, самореалізації відбувається не на порожньому місці. Цьому сприяє забезпечення комплексної інтеграції сучасних технологій, адаптація навчання до індивідуальних здібностей, поглиблення паритетної взаємодії викладача та студентів в особистісно-розвивальному спілкуванні та співпраці на основі взаємодопомоги та довіри. Втім, це далеко не повний перелік тих підходів, які використовуються під час роботи зі студентами під час опанування ними дисципліни «Агенційна журналістика».

Якщо говорити конкретніше, корисними для визначення рівня знань можуть бути зроблені різнорівневі тести для тематичного (екзаменаційного) оцінювання студентів, завдання для контролю, самостійна робота із засвоєння та систематизації знань з окремих тем, модульні контрольні роботи, які мають, крім теоретичного, ще й творчодослідницький характер, випереджувальні завдання, інтеграційна та ігрова технології тощо. Важливим чинником є використання міждисциплінарних зв'язків, методів самооцінки та навчальних проєктів.

Великий інтерес у студентів викликають проблемний та дослідницький методи, що поглиблюють уяву й творче мислення. Безперечно, перевагу мають у реалізації цього завдання мультимедійні засоби, тому що завдяки анімації, звуковим та динамічним ефектам навчальний матеріал легко засвоюється, запам'ятовується.

Впровадження на лабораторних заняттях у студентській аудиторії інноваційних технологій, як-от: «незакінчене речення», «мозковий штурм», «мозаїка», «ланцюжок», «гроно / дерево думок», робота в парах та малих групах активізує творчі процеси у діях майбутніх журналістів, спонукає до образного мислення.

Варто навести приклад щодо використання методу «Гроно / дерево думок» на одному із занять. Студенти отримують досить просте завдання: за 10–15 хвилин підготувати творчу роботу на тему: «Чому веселка не має похмурих кольорів?». Здавалося б, сама веселка як явище не має жодного стосунку до вивчення роботи інформаційних агентств. Але це не зовсім так. Насамперед оригінальність теми твору відкриває широку можливість налагоджувати діалог та обмін думками, адже кожен студент мислить по-своєму. Свідченням цьому є наступні приклади. «Веселка – це нагадування про яскравість нашого життя. І небо ніби віддзеркалює нам все найкраще, що існує в нашому світі... Веселка нагадує нам про те, що світ прекрасний та красивий» (Дар'я Пшенишнюк); «Життя – це гра контрастів» (Марта Рак); «Чи не задумувались ви над тим, що Бог зробив нас різними для того, щоб світ бачили теж по-різному?» (Наталія Радчук); «Сірі кольори – це твої поразки та відчай» (Валентина Половинка); «Бачиш райдугу за краплями дощу? Це твій рятувальний жилет» (Валерія Рибіцька); «Веселці не потрібен восьмий колір, бо сім – це магічне число» (Михайло Цирук); «Веселка схожа на величезну перевернуту посмішку» (Андрій Трембач). Так «Гроно / дерево думок» збільшується, «обростає» ними, і з деяких із них, окремо взятих із кожного твору, можна скласти інший твір, який досить оригінально й промовисто підводить підсумок цьому творчому завданню.

Використання рольових та ділових ігор, коли студенти перебирають на себе роль працівників агентства різного рівня, починаючи від очільника, топ-менеджера, і завершуючи рядовим репортером, разом проводять «летючки», планують стрічку новин, спонукає їх насамперед до відповідальності. Такі форми роботи в аудиторії корисні насамперед тим, що у студентів виховується вміння слухати один одного, позитивно відгукуватися про думки колег, а не лише критикувати їх, відзначати вдалі й конструктивні думки.

Корисною видається також застосування на лабораторних заняттях таксономії Блума, особливо стосовно формування та розвитку в студентів критичного мислення, аналізу, синтезу. Прикладом може бути таке завдання: знайти у стрічках інформаційних агенцій найбільш нецікаві повідомлення й пояснити, чому саме вони нецікаві, а також запропонувати дії, які може застосувати журналіст, щоб «врятувати» це повідомлення.

Заняття поживляють використання інтелект-карт (основна ідея – в оформленні думок, підсумків, висновків у зручній формі, наприклад, у вигляді рисунку на дошці – або на кшталт деревоподібної схеми, або таблиці чи кількох таблиць, круга, розбитого на різнокольорові сектори тощо), «дерева очікуваних результатів».

Підготовка власних матеріалів на різні теми (після відвідування певної події, участі в заході тощо) стає успішною завдяки створенню власне ситуації успіху, про яку йдеться до початку творчої роботи. Головним чинником є, безперечно, мотивація, що сформована у таких меседжах: «Я пишу якісну замітку», «Моя замітка містить лише перевірені факти», «Моя замітка визнана кращою на редакційній «летючці», «Моя замітка побила всі рейтинги у стрічці новин», «Моя замітка вплинула на прийняття важливого урядового рішення» тощо.

Ознайомлення з роботою різних інформагентств у режимі «онлайн» потребує актуалізації матеріалів, зокрема, технології Web 2.0, що дає змогу поєднати текстову та графічну інформацію зі звуком, відеофрагментами / лонгрідами, слайдами. У роботі зі студентами використовуються, крім «кольорових хмар зі слів» (іншими словами – візуалізації частоти вживаних слів у вигляді їх вживання та використання: частота повторення – вмотивована чи ні, заміна на синоніми чи цілі речення, що несуть те ж саме смислове навантаження тощо), низка сервісів (гугл, LearningApps.org, Padlet та ін.) для поєднання навчального матеріалу з «азами» майбутньої професії.

Актуальним є використання методу буктрейлера, тобто презентації, коли йдеться про виконання такого завдання, як, наприклад, ознайомлення із самостійно обраними вітчизняними чи зарубіжними інформаційними агентствами та розповіддю для групи про них у вигляді презентації за запропонованою викладачем схемою (студенти на ноутбучі демонструють стрічку новин обраного агентства, будують свою розповідь про його сторінки, платформи, сервіси, фото- та відеоконтент, спосіб поширення, відмінні та спільні особливості стосовно інших агентств, роблять стислу характеристику новин тощо). Презентацію може проводити одна особа чи кілька, в такому випадку розповіді не мають повторюватися, а лише доповнювати одна одну. Під час такого заняття активність студентів дуже висока.

Важливим є пізнавальний момент, який задовольняє запити в нових знаннях та практичних навичках студентської аудиторії. Ось чому на початку вивчення дисципліни «Агенційна журналістика» студенти письмово дають відповідь на запитання: «Які ваші очікування від цього предмета?», щоб наприкінці семестру впевнитися: а чи справдилися їхні очікування, чи отримали вони від дисципліни головне – практичні навички у написанні новинної замітки?

Наведемо деякі приклади: «Від цього предмету я очікую якомога більше дізнатися саме про агенційну журналістику. Дуже хочу відвідати різні інформаційні агенції, удосконалювати свої навички у написанні текстів» (Анастасія Ткачук); «На першому занятті ми отримали спонтанне і творче завдання. Я зрозуміла, що ці заняття будуть точно відрізнятися від інших. Звичайно, це мені до вподоби. Думаю, що сумувати не доведеться, завжди буде дуже цікаво. Я хочу отримувати творчі завдання, дізнатися якомога більше про роботу інформаційних агенцій і взагалі, глибше відчувати свою майбутню професію. Крім цього, я прагну розуміти свої помилки і вчитися на них» (Анастасія Халецька).

Досить поширеними, типовими прикладами студентських «очікувань» є такі: «навчитися писати замітки», «навчитися добирати факти», «навчитися працювати з фактами»,

«навчитися працювати із джерелами», але трапляються й більш «дорослі», як-от: «навчитися писати статтю». У такому разі доводиться пояснювати, що стаття як аналітичний жанр – під час опанування дисципліни «Агенційна журналістика» – не є головним предметом наших інтересів.

З метою виявлення здатності студентів до написання текстів, усвідомлення поставленого завдання на першому лабораторному занятті проводиться творча робота, під час якої вони пишуть тексти, що з'являються в результаті переосмислення ситуативної «композиції» / «картинки», яку пропонує викладач. «Картинку» можуть репрезентувати цілком не поєднані між собою предмети / речі, але саме цей факт змушує студентську аудиторію творчо підійти до виконання завдання і навіть виявити оригінальні думки і способи їх втілення.

Із практики проведення таких робіт є необхідність поділитися деякими спостереженнями, що виникають після читання й колективного обговорення цих текстів. Наприклад, перед студентами на столі в аудиторії формується «композиція»: вишита серветка, палаюча свічка, солдатська фляга, яблуко й напіврозкрита, розмальована в стилі петриківського розпису, маленька скарбничка, з якої звисає коралове чи перлове намисто. Або інша сформована викладачем «композиція»: шалик із рожевого шовку, філіжанка з гарячою кавою, розгорнута книжка поезій Василя Симоненка, ручка, розсіпані навколо кавові зернята.

Предмети, загалом не поєднані, викликають у студентів низку асоціацій, про які вони розповідають, намагаючись створити текст, що має сюжет. Звісно, таке завдання не з легких, враховуючи відсутність їхнього власного досвіду у написанні подібних текстів.

Але в цьому й полягає важливість поставленого завдання: написати текст і презентувати його в групі. Звідси починається широке обговорення матеріалу, поради, зауваження тощо. Студенти демонструють своє вміння володіти словом, що є досить важливим чинником у їхній майбутній професії.

Задля підтвердження вищесказаного неведемо вибрані рядки із таких текстів, які свідчать про креативність і нестандартність мислення, уміння працювати із власними асоціаціями і надавати їм певного змісту.

Ось що написали студенти першого курсу, які навчаються за освітньою програмою «Журналістика і соціальна комунікація» під час першого заняття дисципліни «Агенційна журналістика» (цитати взяті із робіт, виконаних у 2018, 2019, 2020 н.р.).

У замітках «Кава, що зігріває» йдеться про кав'ярню, відчуття, пов'язані з відвідуванням закладу: «... ніжно-коралова скатертина», «п'янки пахощі кави» (студентка Софія Лазарова); «Ноти кардамону в кавовій симфонії» – про львівську каву, тут вміщені діалоги та монологи: «Мій любий поете! Нащо ж Бог навчив писати тебе красиві вірші? Їх може писати тільки дурень чи божевільний... Джаз змусив тебе зникнути назавжди, а я зникаю день за днем. Прозорію» (студентка Юлія Наливайко); «Дівчина у червоному капелюшку» – «...Та раптом він побачив її. Дівчину в червоному капелюшку, яка виділялася з-поміж інших... Він погано розумів, які саме почуття, одне за одним, виринали у його душі, але, зібравшись, він відчинив двері кафе та попрямував до тієї дівчини, що сиділа одна, в червоному капелюшку, пила каву й читала книгу у червоній палітурці» (студентка Валерія Пастушенко); «Кава зі смаком доброти» – розповідь про кав'ярню, негду надворі, де природа «...вела нерівний бій з «об'єднаними» силами погоди, та комунальники й не думали щось робити». У тесті з'являється нове, сучасне й досить поширене серед молоді словосполучення «посидіти в телефоні» (студентка Софія Кейлін).

А ось – інша тематика. Замітка «Без надії сподіваюсь», викликана іншою «картинкою», де «детонатором» викладених нижче думок та образів стала уява про навколишній світ та власні переживання. Зокрема, серед них вирізняється хвилююча розповідь про долю колишнього студента «Могиланки», який пішов на війну на Схід України, де й за-

гинув. На відміну від усіх членів родини, його бабуся не втрачає спокою і віри в те, що онук живий. Вона щодня сідає біля вікна у своїй сільській хаті і дивиться на дорогу, іноді сидить на лавці біля будинку. І наче підтвердження цьому став лист від онука, що прийшов до неї вже через півроку після трагедії: «Бабуся запалює свічку і читає листа від онука, який розповідає їй про те, як важко на війні на Сході України». В жодному разі, юнак не шкодує, що зробив свій вибір: захищати рідну землю. Онук просить, «...коли він повернеться, аби бабуся заспівала йому пісню про калину, яку він дуже любив у дитинстві... Скупа бабусина сльоза впала на свічку, що догорала і погасила її» (студентка Катерина Орловська).

Не менш емоційною за змістовим забарвленням є замітка «Спогади». У ній ідеться про вир спогадів, які з'явилися у дівчини, котра взяла до рук солдатську флягу. Купивши разом із батьком у Тлумачі на базарі невеличку скриньку для прикрас, вдома сама її розписала в петриківському стилі. Вона пригадала батьків подарунок – коралове намисто. «Дівчина доторкнулася до фляги. Спогади перепоновили її. «Як боляче від того, що від найдорожчої людини може залишитися лише фляга і коралове намисто, – подумала вона гірко». Очевидно, її батько, як ми можемо здогадатися із контексту, що проглядається вже за рамками написаного, загинув на Донбасі (студентка Валентина Половинка).

Але зовсім інші асоціації, а отже й змістове наповнення тексту, продемонструвала інша першокурсниця, назвавши замітку «Територія таємничості українського вбрання», у якій вона приділяє увагу використанню українських національних мотивів у фешн-індустрії. Несподіваний, але досить оригінальний поворот (студентка Онуті Савіцкас). Втім, наведений вище приклад – швидше виняток, аніж правило.

Хочеться звернутися до замітки «В обійми до війни» (час вивчення дисципліни – другий семестр 2017 р.): «Дивлячись на звичайну композицію в аудиторії на столі, кожен із нас бачить свою історію. Зараз я знаходжуся в стані якоїсь тривоги та суму одночасно. Можливо тому, що палаюча свіча навіює мені тугу за близькою людиною, яку, на жаль, ніколи не можна буде більше побачити, почути її голос, відчуті запах. Фляга, яка знаходиться біля цієї тривожної свічі, ще більше починає «вганяти» мене у скорботу. Не знаю, чому, але я починаю думати, що саме вона належить людині, через яку не згасає свіча. Вона належить людині, сильній духом та наповненій відданістю. Це єдине, що залишилося на згадку. Намисто. Це, напевне, той елемент композиції, який до кінця «пробирає» мене і робить мої очі вологими. Прикраса, як і всі інші речі, належить невідомій мені людині. Я про неї нічого не знаю, але мої думки, розум... серце дають мені відчуття, що цей елемент несе за собою також тугу, сум. Це намисто людини, яка не дочекалася того, кому належить фляга та в пам'ять про кого не згасає вогник на столі. І в голові вже чітко вимальовується картина втрати. Скорбота матері за найріднішою людиною. Людиною, яка віддала своє життя за гідність своєї другої неньки – Батьківщини. На очах сльози, а уста тихо промовляють «прощай» (студентка Вікторія Ярошенко).

У замітці «Невисловлена таємниця» є такі рядки: «... в тиші перед образами, вимолюючи спасіння для нього. Її таємниця. Її трагедія. Але вона приходить сюди кожен вечір, підходить до вітваря і залишає завжди пожертву: чи то яблуко, чи хліб. А в спеціально відведеному місці для молитов за спасіння бійців АТО вона одного разу залишила військову флягу і своє перлове намисто. Я не знаю, чия це фляга, і що саме пов'язане в цієї жінки із прикрасою... Але я бачу, як щовечора вона цілує ікону Божої Матері, поправляє рушник на образі, і щось шепоче, звертаючись більше до самої себе, аніж до неба...

Але свіча гасне. Я не наважуюся підійти до неї й запитати щось... Задзвонили церковні дзвони, розриваючи вечірню тишу. А разом з нею – і весь біль та сльози. Жінка повільно виходить із храму. Я проводжаю її поглядом. Бачу, як високо вона тримає голову, і в її поставі відчувається сила духу. Жінка вірить, що він повернеться...» (студентка Єлизавета Тітова).

Студентська уява приносить нові сюжетні лінії, об'єднані патріотичною ідеєю: «Останній шанс»: «Полум'яніла свічка як останній шанс на перемогу та повернення додому... Минулі бої були занадто запеклими, боротьба була надто жорстокою, аби вірити ще у бодай щось... Солдат сидів, обхопивши голову. На столі лежала фляга, яка врятувала йому життя. Він вижив. Виживе і вистоїть Україна» (студентка Дарія Панченко).

У своєму творі «Вечір-спогад» студентка першого курсу Орина Федорова розповіла про те, що запропонована викладачем композиція змусила її згадати, як після переїзду до Києва великої родини із тимчасово окупованої території на Донбасі та облаштування її в орендованому помешканні всі рідні зібралися разом, запалили свічку й стали пригадувати, як жили до початку війни на Сході України. Це, – пише студентка, – були теплі спогади про мирне життя.

У замітці «Слава героям України!» студент, як і багато інших його однокурсників, продовжує розвивати тему війни Російської Федерації проти України. Йдеться про солдата ЗСУ, котрий загинув. Від нього рідним на спогад залишилася фляга, якою він користувався на передовій, та намисто, яке він подарував коханій дівчині (студент Кирило Полтавець).

Тему війни продовжує замітка «Надія вмирає останньою»: «Невелика хатина вся затряслася – снаряд від ворожої гармати розірвався зовсім близько. Жінка здригнулася й відволіклася від своїх гірких думок і повернулася і жорстоку реальність. Від сина давно вже не було жодної звістки, і вона не знала: живий він, а чи ні. Перлове намисто, що залишилося ще від чоловіка, можна було продати, бо не було роботи й грошей, а потрібно ж топити дім, щось їсти... Але вона вагалася, адже намисто було її приємним спогадом. Раптом вхідні двері різко відчинилися; вітер, який увірвався в дім, загасив свічку й кинув її додолу. Жінка підняла очі, сповнені жаху. На порозі постав великий чоловічий силует із автоматом за плечима. «Ось і смерть моя прийшла», – подумала й міцно заплющила очі. За мить наче все життя промайнуло перед нею: любов, а потім втрата, народження сина, а потім війна, що забрала стільки життів українців... «Мамо...» – раптом промовив до неї силует» (студентка Марія Плеханова).

Неординарні й по-своєму особливі, справді щирі й відверті вийшли останні тексти з-під пера студентів-першокурсників. Дозволимо собі процитувати деякі з них. «Рушник – символ України та кожного її громадянина. Його узори зберегли прадавні магічні знаки, образи “дерева життя”. Як і раніше, рушник відіграє важливу роль, адже на ньому вишивані священні зображення... Він є неодмінним атрибутом побуту...» (Єва Юрченко, «Кожна річ має сенс»). «Можна вітатися з Несправедливістю, тиснути руку Відчаю, перекидатися поглядом із Божевільним, грати в мовчанку зі Смертю. А потім забувати все погане – як страшний сон, і тільки медовими осінніми вечорами виймати з душі всі тривоги, подібні до шматочків чорного шоколаду у вісянному печиві, і розписати з ними чай з перцевою м'ятою. Дивовижно!...» (Анастасія Дорошенко, «Сповідальне»). І якщо останні два тексти опосередковано розкривають зміст речей композицій для творчої роботи, то текст Миколи Бреславського виявився цілком неочікуваною реакцією на них, оскільки він став певною спробою аналізу... телебачення для дітей. Не будемо суворими і прискіпливими до першокурсників, адже асоціації, образи, що виникли у них у зв'язку із несподіваною творчою роботою і продемонстрували їх первинні навички у написанні журналістських матеріалів, а також можливість їх розвивати. Тому заголовок «"Котигорошко" чи "Свинка Пеппа": яким повинне бути українське дитяче телебачення» можна вважати вдалим з огляду на текстовий матеріал студента, який зумів продемонструвати своє вміння аналізувати, оцінювати, критично мислити і логічно викладати думки на папері.

Винятком під час творчого осмислення композиції став допис студентки Катерини Тимошенко, яка назвала його «Найчудодійніше місце Карпат». Вона розповіла історію про те, що гурт молоді вирушив до знахарки Ольги в Карпати, щоб пересвідчитися в її

феноменальних здібностях. У розповіді витримана архітектура есе, є кульмінаційний момент, виписаний авторкою з особливою ретельністю – як відбувався процес очищення від негативної енергетики.

Проблемою в написанні будь-якого журналістського твору є заголовок, і результати перших творчих робіт студентів це засвідчили. Більшість із них мають суто «фотографічний» характер, сформульовані простими називними реченнями («Україна у вогні війни», «Свічка надії», «Речі з радянським минулим», «Спогад-навіювання», «Ще одна історія», «Невисловлена таємниця», «Привиди», «Портрет України», «Затишок»), позбавленими «іскри» творчості. Але деякі студенти проявляють оригінальність, починаючи із заголовку: «Майстер інтриги» (Дарина Мізіна), «На рушнику життя» (Валерія Озерчук), «А що значить Україна для вас?» (Вероніка Орехова), «Кохання на лінії вогню» (Вікторія Покатілова).

Як бачимо, перший творчий практикум корисний, зважаючи на:

- а) виявлення у студентів першого курсу творчих навичок у написання роботи;
- б) уміння зорієнтуватися в ситуації й не розгубитися;
- в) бажання публічно «захистити» перед «опонентами» свою розповідь (чому я написав так, а не інакше);
- г) спонукання до творчого мислення та вільного вираження власних думок;
- д) уміння оперативно реагувати на поставлене завдання.

Для того, щоб об'єктивно й неупереджено оцінити роботу кожного, викладач вибирає з присутніх на занятті студентів «рецензентів», котрі уважно фіксують свої враження про чергову роботу. Їм у подальшому належить вибрати кращу і запропонувати для затвердження всією групою.

Під час читання свого твору перед аудиторією студент вислуховує коментар викладача, разом з групою аналізує допущені помилки чи недоречності, виправляє їх. Логічним завершенням творчої частини заняття є голосування за кращий твір серед запропонованих «рецензентами»: вони мають пояснити свою позицію щодо вибору кращої роботи перед аудиторією, щоб не збурити в когось із студентів образу чи недовіру.

Розвитку творчої особистості студентів-першокурсників сприяють визначені програмою години самостійної роботи, під час яких вони мають змогу підготувати домашнє завдання (наприклад, замітку за заданим фактажем чи за результатами відвідування якогось заходу, ознайомитися із обраним інформаційним агентством, визначити його провідні теми, напрями діяльності, способи поширення тощо).

5. Висновки

Упродовж терміну, що виділяється програмою на опанування дисципліни (а це шість кредитів, 90 годин аудиторної та 90 годин самостійної роботи), студенти, як правило, «відпрацьовують» не менше 10-15 подій, а також відвідують провідні інформаційні агентства країни «Укрінформ», «УНІАН», «Інтерфакс», а в разі зацікавленості – беруть участь у заходах, які відбуваються на платформах цих агентств, у вільний від навчання час, за власним бажанням; готують протягом семестру близько 25 заміток, які викладач аналізує, пишуть дві модульні контрольні роботи, одна з яких носить теоретичний та творчий характер, інша – дослідницький.

Слід відзначити й дуже важливе рішення, прийняте дирекцією Інституту журналістики щодо залучення, починаючи з другого навчального семестру 2018-2019 н. р., до лабораторних занять дисципліни «Агенційна журналістика» викладачів кафедри мови та стилістики з метою глибшого вивчення мови як робочого інструменту в підготовці новинного контенту. Від такої співпраці студентам лише користь. Тому дуже важливо поглиблювати цю роботу зі студентами, залучаючи їх не лише до творчого процесу, а й до осмислення значення новини. Отже, якщо на початку вивчення предмета викладач ставить на

меті допомогти здобути певний рівень знань, розуміння навчального матеріалу та вміння його застосовувати, то в подальшому, цілком логічно, студенти вже мають уміти аналізувати, оцінювати, робити висновки.

References

1. Agnes, Y. (2013), *A Textbook on Journalism*, Publishing House “Kyiv-Mohyla Academy”, Kyiv, 460 p.
2. Roche, W. (2005), *Introduction to Practical Journalism*, CVP, Kyiv, 229 p.
3. Weisenberg, Z. (2004), *News Journalism*, Academy of Ukrainian Press, Kyiv, 262 p.
4. Vasylenko, M.K. (2006), *Dynamics of Development of Information and Analytical Genres in the Ukrainian Press: a Monograph*, Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 238 p.
5. Vasylenko, M.K. (2002), “Functioning of a group of information genres of press journalism in the modern socio-economic conditions”, *Naukovi Zapysky Instytutu Zhurnalistyky [Scientific Notes of Institute of Journalism]*, vol. 9, Kyiv, pp. 162–165.
6. Nesteryak, Y. M. (2009), *Agency Journalism. A Course of Lectures*, Institute of Journalism, Kyiv, 185 p.
7. Craig, R. (2007), *Internet Journalism: Work of Journalist and Editor in New Media*, Publishing House “Kyiv-Mohyla Academy”, Kyiv, 324 p.
8. Rizun, V.V., Batih, M., Voropayev, S., Ilchenko, V., Myronchenko, V.Ya. et. al. (Eds.) (2010), *Modern Agency Journalism: Reference Work*, Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 148 p.

Submitted 11.01.20

Список літератури

1. Аньєс І. Підручник із журналістики. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. С. 460.
2. Фон Ларош В. Вступ до практичної журналістики. Київ : ЦВП, 2005. 229 с.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ: Академія української преси, 2004. 262 с.
4. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2006. 238 с.
5. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах // Наукові записки Інституту журналістики. 2002. Т. 9. С. 162 – 165.
6. Нестеряк Ю. М. Агенційна журналістика. Курс лекцій. Київ : Інститут журналістики, 2009. 185 с.
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика: Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
8. Сучасна агенційна журналістика: довідкове видання для студ. Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / За заг. ред. В. В. Різуна; упоряд. В. Я. Мронченко; авт.: М. Батіг, С. Воропаєв, В. Ільченко та ін. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. 148 с.

Надійшла до редколегії 11.01.2020