


Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Філологічний факультет

Кафедра журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан філологічного факультету

 **/Бунчук Б. І./**

« 12 » *серпня* 2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Світова журналістика»
вибіркова**

Освітньо-професійна програма «Журналістика та кросмедійність»

Спеціальність 061 Журналістика

Галузь знань 06 Журналістика

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Філологічний факультет

Мова навчання українська

Чернівці 2024 рік

Робоча програма навчальної дисципліни „Світова журналістика” складена відповідно до освітньо-професійної програми „Журналістика та кросмедійність” (спец. 061 „Журналістика”), затвердженої Вченою радою Чернівецького університету (протокол № 8 від 6 травня 2024 року).

Розробники: д.н.с.к., доц. Василик Л.Є., асист. Стефанець В.Б.

Викладачі: д.н.с.к., доц. Василик Л.Є., асист. Стефанець В.Б.

Погоджено з гарантом ОП й затверджено на засіданні кафедри журналістики протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Завідувач кафедри



Василик Л. Є.

Схвалено методичною радою філологічного факультету протокол № 1 від 12 серпня 2024 року.

Голова методичної ради
філологічного факультету



Антофійчук А. М.

©Василик Л. Є.,
Стефанець В.Б.,
2024 рік

Мета та завдання навчальної дисципліни: Курс «Світова журналістика» має на меті ознайомити студентів з найбільшими світовими медіа: інформаційними агентствами, друкованими виданнями, радіо- та телеканалами, онлайн-медіа. Перший модуль знайомить з інформаційно-технологічними засадами розвитку й діяльності інформаційних агентств, їх досвідом, місцем і роллю у вітчизняному та світовому інформаційних просторах, вироблення умінь і навичок роботи із новинними матеріалами, засвоєння найважливіших вимог до повідомлень інформаційних агентств, ознайомлення із жанровим потенціалом агенційної журналістики.

Основні завдання курсу — познайомити студентів з етапами становлення і розвитку інформаційних агентств, їх роллю і місцем у процесах глобалізації; пояснити особливості роботи журналіста для інформаційного агентства; надати студентам базові відомості про жанри новинної журналістики, про збагачення інформаційними агентствами жанрової палітри медій; забезпечити засвоєння студентами принципів побудови повідомлень світових та вітчизняних інформаційних агентств; забезпечити оволодіння технікою написання агенційної новини, навчити редагувати матеріали інформаційних агентств, адаптуючи їх до потреб потенційної аудиторії; подбати про перспективне бачення студентами можливостей і проблем глобальних та національних інформаційних агентств в епоху Інтернету.

У результаті вивчення дисципліни студенти засвоюють принципи та критерії відбору новин; структуру повідомлення інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, джерела інформації, бекграунд; жанрову систему (факт, розширене повідомлення, замітка (та її різновиди), репортаж, інтерв'ю, інформаційна кореспонденція, інформаційний звіт, жанр статистичної інформації, виклад думок, огляд преси, портрет (його різновиди), навчаються редагуванню матеріалів інформаційних агентств, засвоюють техніку написання повідомлення для інформагентства. Вони зможуть шукати та відбирати новини для інформаційних агентств; збирати інформацію; визначити жанр матеріалу; його структуру, включивши обов'язкові елементи; писати повідомлення для інформагентств; готувати бекграунд та підбирати для цього інформацію; адаптувати повідомлення інформаційного агентства до потреб аудиторії, співвіднівши його з інтересами потенційних споживачів інформації.

Пререквізити:

ПП02. Основи журналістики

ПП03. Медіаетика

Результати навчання.

Навчальна дисципліна «Світова журналістика» спрямована на забезпечення та засвоєння таких *загальних і спеціальних компетентностей:*

Теми лекційних занять	Змістовий модуль 1. СВІТОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНТСТВА											
Тема 1. Світова журналістика як медіа-система. Інформаційні агентства та їхня роль в організації інформаційного простору. Типологія ІА.	9	3	3	-	-	3		1	-	-	-	6
Тема 2. Провідні світові інформаційні агентства. Reuters. AP. Frans Press.	6	2	2	-	-	2		-	1	-	-	6
Тема 3. Провідні регіональні інформаційні агентства Європи, Далекого та Близького Сходу, Африки.	6	2	2	-	-	2		1	-	-	-	6
Тема 4. Інформаційні агентства України в системі агенційної журналістики	6	2	2	-	-	2		1	-	-	-	6

Українфрм												
Тема 5. Принцип відбору інформації в роботі інформ-агентств.	6	2	2	-	-	2		-	1	-	-	6
Тема 6. Структура агенційної новини. Написання новин.	6	2	2	-	-	2		-	-	-	-	6
Тема 7. Телеграфний стиль інформ-агентств. Декодування інформації.	6	2	2	-	-	2		-	-	-	-	4
Разом за ЗМ1	45	15	15	-	-	15	45	3	2	-	-	40
Теми лекційних занять	Змістовий модуль 2. СВІТОВІ ДРУКОВАНІ МЕДІА, ТЕЛЕМЕРЕЖІ ТА РАДІОСЛУЖБИ											
Тема 1. Світова журналістика на межі ХХ–ХХІ ст.	6	2	2			2		1				6
Тема 2. Медіакорпорації та глобалізація інформаційної діяльності. Кризові явища у світовій журналістиці.	6	2	2			2						4
Тема 3. Провідні світові телемережі.	6	2	2			2		1	1			6

Тема 4. Провідні світові радіослужби.	6	2	2			2					6
Тема 5. Провідні світові газетні видання.	9	3	3			3		1	1		6
Тема 6. Основні тенденції розвитку світових медіа.	6	2	2			2					6
Тема 7. Структура сучасної медіасистеми інформаційно розвинутих країн.	6	2	2			2					6
Разом за ЗМ 2	45	15	15			15		3	2		40
Усього годин	90	30	30			30		6	4		80

Тематика лекційних занять з переліком питань

№	Назва теми з основними питаннями - план	Кількість годин
1.1.	Тема 1. Особливості зародження, розвитку інформаційних агентств. <i>ПЛАН</i> Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті. Сучасний стан розвитку інформаційних агентств. Організація і структура роботи інформаційних агентств.	2
1.2.	Тема 2. Світові інформаційні агентства. <i>ПЛАН</i> 1. Створення та діяльність ІА Reuters. 2. Світове ІА AP. 3. Історія розвитку та сучасна робота ІА Frans Press.	2
1.3.	Тема 3. Національні інформаційні агентства <i>ПЛАН</i> 1. Найбільші інформаційні агентства Європи. 2. Інформаційні агентства Азії та Африки.	2

	3. Об'єднання інформаційних агентств. 4. Інформаційні агентства в мережі Інтернет.	
1.4.	Тема 4. Інформаційні агентства на медіа-ринку України. <i>ПЛАН</i> 1. Роль інформаційних агентств у формуванні іміджу України у світі. 2. Інформаційні агентства у процесі євроінтеграції України. 3. Правове поле діяльності інформаційних агентств: світові традиції та українська практика.	2
1.5.	Тема 5. Особливості журналістики новин. <i>ПЛАН</i> 1. Відбір новин інформантами. 2. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств. 3. Написання новин для інформанта: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, бекграунд.	2
1.6.	Тема 6. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств. <i>ПЛАН</i> 1. Факт, розширене повідомлення, замітка (та її різновиди). 2. Репортаж, інтерв'ю, інформаційна кореспонденція, інформаційний звіт, жанр статистичної інформації, виклад думок, огляд преси, портрет (його різновиди). 4. Фічер як жанр ІА. 3. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств	2
1.7.	Тема 7. Способи вираження позиції інформаційними агентствами. <i>ПЛАН</i> 1. Телеграфний стиль ІА. 2. Редагування повідомлень для ІА. 3. Декодування інформації.	2
2.1.	Світова журналістика на межі ХХ–ХХІ ст. <i>ПЛАН</i>	2

	Медіа в соціально-політичній структурі суспільства. Уніфікація ознак і функцій мас-медіа в глобальному інформаційному просторі.	
2.2.	Медіакорпорації та глобалізація інформаційної діяльності. Кризові явища у світовій журналістиці. <i>ПЛАН</i> Транснаціональний характер діяльності медіаконцернів. Роль новітніх комунікаційних технологій і матеріально-фінансових ресурсів, «Міжнародних» або «глобальні» медіа. Кризові явища у світовій журналістиці.	2
2.3.	Провідні світові телемережі. <i>ПЛАН</i> CNN, BBC, Euronews, Al Jazeera, Deutsche Welle, NHK.	2
2.4.	Провідні світові радіослужби. <i>ПЛАН</i> BBC, Deutsche Welle, Radio France Internationale, RAI Italia, NHK.	2
2.5.	Провідні світові газетні видання. <i>ПЛАН</i> The Wall Street Journal, The New York Times, USA Today, Time, Financial Times, The Guardian, The Times, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Bild, Der Spiegel, Le Monde, Libération, Corriere della Sera, La Stampa.	3
2.6.	Основні тенденції розвитку світових медіа. <i>ПЛАН</i> Глобалізація, демасифікація, конгломерація, комерціалізація журналістики. Концентрація власності в медійній сфері.	2
2.7.	Структура сучасної медіасистеми інформаційно розвинутих країн. <i>ПЛАН</i> Інфраструктура сучасного медіаринку. Традиційні та нові медіа. Моделі функціонування і державного регулювання медій.	2

Тематика практичних (семінарських) занять з переліком питань

№	Назва теми	Кількість годин
1	<p>Тема 1. Специфіка роботи інформаційного агентства.</p> <p><i>Вид роботи: Визначити структурні особливості повідомлень українських та світових інформаційних агентств. На сторінці «Second Life» переглянути віртуальний офіс інформаційного агентства Рейтер: офіс, організація його роботи, віртуальний кореспондент. Проаналізувати інформацію, яка подається агентством і його віртуальним офісом.</i></p>	2
2	<p>Тема 2. Візуалізація контенту інформагентствами.</p> <p><i>Вид роботи: Переглянути фотографії різноманітних інформаційних агентств та оцінити їх місце у структурі їхніх інформпродуктів. Підготувати кілька фото для інформаційного агентства кафедри журналістики з урахуванням інтересів його потенційної аудиторії.</i></p>	2
3	<p>Тема 3. Моделювання діяльності інформаційного агентства.</p> <p><i>Вид роботи: Створити у кількох групах інформаційне агентство. Визначити структуру та призначити керівників, відповідальних за роботу відділів. Відібрати 3-5 тем, які агентство планує висвітлювати, аргументуючи вибір. Потрібно враховувати спрямованість інформаційного агентства та інтереси аудиторії.</i></p>	2
4	<p>Тема 4. Україна на сторінках світових інформаційних агентств.</p> <p><i>Вид роботи: Написати огляд новин про Україну, використавши стрічки світових інформаційних агентств. Рефлексія: підсумувати топ-теми.</i></p>	2
5	<p>Тема 5. Світ на сторінках національних інформаційних агентств.</p> <p><i>Вид роботи: Написати огляд новин про світові події, використавши стрічки українських інформаційних агентств. Рефлексія: підсумувати топ-теми.</i></p>	2

6	<p>Тема 6. Регіональні інформагентства. Відбір новин.</p> <p><i>Вид роботи: Створити перелік провідних національних агентств Європи, Азії, Африки, Америки. З переліку тем вибрати новини для локального інформагентства. Групова робота: написання однієї новини відповідно до стандарту новинної журналістики.</i></p>	2
7	<p>Тема 7. Техніка новинної журналістики.</p> <p><i>Вид роботи: Написати повідомлення з прес-конференції Укрінформу, які транслюються на його сайті. Редагування тексту з урахуванням декодування матеріалу.</i></p>	3
8	<p>Тема 8. Світова журналістика на межі ХХ–ХХІ ст.</p> <p><i>Вид роботи: на ютубканалі «Радіо Свобода» (https://www.youtube.com/user/RadioSvobodaOrg) переглянути цикл передач «Діалоги з Віталієм Портниковим» та обґрунтувати, чому журналістика є каталізатором соціальних процесів.</i></p>	2
9	<p>Тема 9. Медіакорпорації та глобалізація інформаційної діяльності. Кризові явища у світовій журналістиці.</p> <p><i>Вид роботи: На телеканалах CNN та BBC виокремити сюжети, що свідчать про кризові явища у світовій журналістиці. Обґрунтувати свій вибір.</i></p>	2
10	<p>Тема 10. Провідні світові телемережі.</p> <p><i>Вид роботи: Переглянути новинні випуски CNN та UA Перший. Проаналізувати спільне та відмінне між ними.</i></p>	2
11	<p>Тема 11. Провідні світові радіослужби.</p> <p><i>Вид роботи: Заслухати доповідь «Роль радіо «Голос Америки» у падінні комунізму в Україні». Обґрунтувати необхідність його фінансування Конгресом США в контексті намірів урядовця Ілона Маска припинити фінансування цього медіа.</i></p>	2
12	<p>Тема 12. Провідні світові газетні видання.</p> <p><i>Вид роботи: Написати статтю (українською) для якісного медіа The Guardian і «жовтого» Bild. Обґрунтувати особливості кожного з матеріалів.</i></p>	3

13	Тема 13. Основні тенденції розвитку світових медіа. <i>Вид роботи: З медіаджерел підібрати два приклади, що свідчать про концентрацію власності в медійній сфері міжнародної журналістики. Обґрунтувати свій вибір.</i>	2
14	Тема 14. Структура сучасної медіасистеми інформаційно розвинутих країн. <i>Вид роботи: На основі підібраних прикладів діяльності двох провідних світових (традиційного та нового) медіа характеризувати особливості їх впливу на аудиторію.</i>	2

Завдання для самостійної роботи студентів

№	Назва теми	Кількість годин
1	Опрацюйте сайт локального інформгентства АСС. Проаналізуйте добір контенту, структуру новин, джерела, стиль викладу.	2
2	Проаналізуйте наративи про війну у світових інформгентствах.	3
3	Опрацюйте жанрову різномірність на сайті ІА Укрінформ.	2
4	Напишіть три новини для інформаційного агентства університету	2
5	Напишіть три новини для локального (міського, обласного) інформгентства	2
6	Проаналізуйте, як змінилися наративи про війну в Україні в новинах сирійського інформгентства SANA	2
7	Проаналізуйте наративи про українських біженців у світових інформгентствах.	3
8	Проаналізуйте сайти ВВС та ICTV. Знайдіть приклади, що свідчать про уніфікацію ознак і функцій мас-медіа.	2
9	Підберіть та обґрунтуйте три приклади в діяльності вітчизняних медіа, що свідчать про застосування новітніх комунікаційних технологій, властивих провідним світовим медіа.	2

10	Опрацюйте сайт BBC. Проаналізуйте добір контенту, структуру новин, джерела, стиль викладу.	2
11	Проаналізуйте запозичення «Радіо культура» Українського радіо з досвіду роботи провідних світових мовників.	2
12	Проаналізуйте особливості розміщення матеріалів на шпальтах газетного номера Financial Times.	2
13	Прослідкуйте як російська агресія проти України вплинула на тематичні тенденції світових медіа.	3
14	Дослідіть та схарактеризуйте ринок традиційних та нових медіа у Чернівецькій області.	2

Індивідуальні завдання плануються навчальним планом не передбачені.

Методи навчання

У роботі використовуємо словесні, наочні та практичні методи навчання, зокрема: лекцію, пояснення, розповідь, бесіду, спостереження, ілюстрацію, демонстрацію, практичні вправи.

За характером пізнавальної діяльності здобувача освіти застосовуємо інформаційно-рецептивний, репродуктивний, проблемний, евристичний, дослідний методи.

Система контролю та оцінювання

Система контролю та оцінювання проводиться в формі поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. У процесі вивчення дисципліни використовуємо такі методи поточного контролю: *контрольні роботи; групова робота, тести; презентації, аналіз медіайкейсів, метод мозкового штурму, моніторинг медій, робота в групах з платформами Padlet та Mentimeter; використання платформи Moodle, можливість неформальної освіти, написання новин.*

Формами поточного контролю є індивідуальна та фронтальна перевірка, форма підсумкового контролю – залік.

Відповідно до «Положення про взаємодію формальної та неформальної освіти, визнання результатів навчання (здобутих шляхом неформальної та / або інформальної освіти, у системі формальної освіти) ЧНУ» (https://drive.google.com/file/d/1O7Chn1UqlqjW_JjybxDr-syswxxHuGOn/view) у процесі вивчення дисципліни здобувачу освіти може бути зараховано до

25% балів, отриманих за результатами неформальної та / або інформальної освіти з проблем, що відповідають тематиці курсу.

Розподіл балів

ЗМ 1 (30 балів)							ЗМ 2 (30 балів)							Підсумковий контроль (іспит)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14		
3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	40	100

Критерії оцінювання підсумкового оцінювання

Оцінка А (90 – 100 балів) або „відмінно” виставляється за відповідь, яка містить вичерпне за сумою поданих знань розкриття усіх запитань, розгорнуту аргументацію кожного з положень, побудована логічно й послідовно, розкриває питання від його нижчих до вищих рівнів, а також містить приклади з художніх текстів, які дозволяють судити про повноту уявлень студента з поставленого питання. Відповідь повинна бути викладена гарною, багатомовною, відзначатися точним вживанням термінів, містити посилання на засвоєну навчальну літературу.

Оцінка В (80 – 89 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить повне, але не вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, що містяться в білеті, скорочену аргументацію головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а розуміння теоретичних питань не підкріплює ілюстраціями з художніх текстів. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів.

Оцінка С (70 – 79 балів) або „добре” виставляється за відповідь, яка містить недостатньо вичерпне за сумою виявлених знань висвітлення запитань, що містяться в білеті, відсутня аргументація головних положень, допущено порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, а наведені приклади з текстів не відповідають теоретичним моментам даного курсу. У відповіді допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Крім того, таким балом може бути оцінений студент, який протягом семестру не виявляв відповідних знань з даного курсу, але на іспиті успішно відповів на поставлені теоретичні та практичні завдання.

Оцінка D (60 – 69 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань, поверхово аргументує положення відповіді, у викладі допускає композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу, не ілюструє теоретичні положення прикладами з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання.

Оцінка E (50 – 59 балів) або „задовільно” виставляється за відповідь, яка містить неповне за сумою виявлених знань висвітлення усіх запитань або за незнання окремого питання із загальної кількості поставлених. У викладі студента допущені композиційні диспропорції, порушення логіки й послідовності викладу матеріалу. Студент не може відтворити основні теоретичні положення, але наводить окремі приклади з художніх текстів. Мова відповіді рясніє помилками, наявне неправильне слово- й терміновживання, немає розуміння окремих літературознавчих термінів.

Оцінка FX (35 – 49 балів) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом на протязі навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але його відповідь на іспиті містить неправильне висвітлення заданих питань, помилкову аргументацію, допускаються помилкові умовиводи, неправильне посилення на факти та їхнє витлумачення, мова близька до суржику, він також може бути оцінений незадовільно.

Оцінка F (1 – 34 бали) або „незадовільно” виставляється у разі, коли студентом протягом навчального семестру набрано недостатню кількість балів за змістові модулі, він не може бути допущеним до складання іспиту. У випадку, якщо студент допущений, але відповісти на поставлені запитання на іспиті він не може або відповідає неправильно, а також не може дати відповідь на жодне із поставлених додаткових запитань, така відповідь оцінюється незадовільно.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

100- бальна шкала	Оцінка за національн ою шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінк а	Пояснення за розширеною шкалою
90-100	Відмінно	A	відмінно
80-89	Добре	B	дуже добре
70-79		C	добре
60-69	Задовільно	D	задовільно
50-59		E	достатньо
35-49	Незадовільно	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34		F	незадовільно з обов'язковим самостійним повторним опрацюванням освітнього компонента до перескладання

Перелік питань для самоконтролю навчальних досягнень студентів

1. Наскільки дигіталізація сприяє, на вашу думку, розвитку інформаційних агентств?
2. Яку роль відіграють інформаційні агентства у системі медій?
3. Яка роль ІА Укрінформ у поширенні якісної інформації про Україну в світі?
4. Сформулюйте, які є правила написання бекграунду.
5. Яким чином війна позначилася на роботі інформагентств?
6. Яке правове поле діяльності інформагентств?
7. Яким стандартам повинна відповідати новинна журналістика?
8. Окресліть проблематику трансформації медій у глобальному світі.
9. Схарактеризуйте журналістику, орієнтовану на комерційний успіх.
10. Схарактеризуйте процес концентрації власності в медійній сфері.
11. Чому міжнародна журналістика є дзеркалом суспільно-політичних процесів?
12. Назвіть основні етапи розвитку газетної індустрії в західних країнах. Що було у них спільного?
13. Схарактеризуйте особливості медіа-системи ФРН.
14. Які особливості медійного ландшафту в Італії?
15. Чому у Великій Британії немає загального закону про засоби масової інформації?
16. За рахунок чого американські медіа освоїли світовий інформаційний простір?
17. Схарактеризуйте особливості сучасного медіасередовища Індії.
18. Назвіть типи транснаціональних медіа.

Перелік питань для підсумкового контролю навчальних досягнень студентів

1. Історія становлення та розвитку інформаційних агентств. Трансформація місця і ролі інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.
2. Інформаційні агентства, телеграфні агентства, агентства новин. Причини виникнення перших світових інформаційних агентств.
3. Зародження української агенційної журналістики у контексті світової. Попередники інформаційних агентств України.
4. Інформаційне агентство Шарля Гаваса.
5. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера.
6. Інформаційне агентство Рейтер. Інформаційні продукти «Рейтер»: розширення і диверсифікація. Сучасні інформаційні агентства Великобританії.

7. Інформаційне агентство Вольфа.
8. Інформаційне агентство «Ассошіейтед Прес»: етапи становлення. Сучасні інформаційні агентства США.
9. Угода між інформаційними агентствами 1870 року: історичне значення.
10. Причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими. Вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
11. Українське державне телеграфне агентство (УТА) та Українське телеграфічне агентство (УТА).
12. Інформаційне агентство РАТАУ. Укрінформ як наступник РАТАУ.
13. Сучасна українська та зарубіжна агенційна журналістика. Особливості українського ринку виробництва новин.
14. Класифікація інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
15. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів. Основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств. Причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
16. Статутні завдання Укрінформу.
17. Українське незалежне інформаційне агентство «УНІАН». Інформаційна продукція УНІАН.
18. Інформаційна група Інтерфакс. Ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
19. Пропагандистське ІА ІТАР-ТАРС.
20. Сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
21. Інформаційне агентство Китаю — Сінхуа.
22. Особливості реєстрації українських інформаційних агентств. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств. Законодавча класифікація інформаційних агентств України.
23. Регіональні інформаційні агентства України.
24. Слаглайн, дейтлайн, хедлайн.
25. Лід. Особливості побудови та види.
26. Бекграунд інформаційного повідомлення.
27. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин. Види джерел інформації та особливості їх використання.
28. Особливості використання цитат в повідомленнях світових інформаційних агентств.
29. Способи вираження позиції інформаційних агентств.
30. Інформаційні продукти та їх жанри: факт і розширене повідомлення, замітка та її види, виклад думок, інформаційний звіт, фічер, інтерв'ю та репортаж, портрет та його види у практиці інформаційних агентств.

31. Фактори, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.
32. Проаналізувати основні тенденції розвитку світових медіа.
33. Схарактеризувати основні газети ФРН.
34. Схарактеризувати телемережу CNN.
35. Проаналізувати кризові явища в міжнародній журналістиці.
36. Проаналізувати соціальну орієнтацію The Wall Street Journal.
37. Обґрунтувати вирішальний вплив сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій (ІТТ) на зміни, що відбуваються в соціальній структурі суспільства.
38. Схарактеризувати феномен видання «Bild».
39. Проаналізувати, чому The Financial Times набула репутації найкомпетентнішого джерела інформації.
40. Визначити за яким принципом будується сучасна структура USA Today
41. Проаналізувати політичну культуру в міжнародній журналістиці.
42. Схарактеризувати політичні погляди The Daily Telegraph.
43. Проаналізувати проблеми взаємодії влади і преси у світових медіа.
44. Визначити чому The Times вважається літописом усього, що відбувається в Об'єднаному Королівстві.
45. Визначити групи друкованих медій Великої Британії.
46. Проаналізувати процеси концентрації власності в медійній сфері.
47. Схарактеризувати особливості розвитку телебачення в США.
48. Проаналізувати чотири типи транснаціональних медій.
49. Проаналізувати структуру сучасної медіасистеми інформаційно розвинених країн.
50. Схарактеризувати найбільших власників світових медій.
51. Схарактеризувати практику Британії, як батьківщини громадського (суспільного) мовлення.
52. Обґрунтувати тезу про те, що сучасна медійна індустрія зобов'язана становленню ринкової економіки, технологічному прогресу і розвитку громадянського суспільства.
53. Схарактеризувати особливості друкованих медій Німеччини.
54. Схарактеризувати BBC, як першопрохідця британського радіомовлення.
55. Схарактеризувати глобальні медіа серед друкованих медій.
56. Проаналізувати категорії щоденних газет в Італії.
57. Схарактеризувати транснаціональні медіа в нових умовах.
58. Схарактеризувати найвідоміші тижневики США.
59. Схарактеризувати глобальні медіа в секторі телерадіомовлення.
60. Проаналізувати особливості медіа-системи ФРН.
61. Схарактеризувати газетну індустрію США
62. Окреслити проблеми, пов'язані з процесами глобалізації світового інформаційного ринку.
63. Схарактеризувати «вічні газети» Італії.

64. Проаналізувати феномен Time.
65. Проаналізувати та дати оцінку процесам конгломерації світового інформаційного ринку.
66. Схарактеризувати провідні з точки зору формування громадської думки французькі газети Le Monde, Le Figaro та Libération.
67. Схарактеризувати основних гравців на ринку загальнонаціональної преси Великої Британії.
68. Проаналізувати та дати оцінку процесам глобалізації світового інформаційного ринку.

Рекомендована література

Основна

1. Березенко В.В. Тернова А.І. Інформаційні агенції в Україні та світі: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 164 с.
2. Бондаренко Ю.С. Альтернативна преса Німеччини: витоки та фактори / Ю.С. Бондаренко // Образ: науковий журнал / за ред. Н. Сидоренко, О. Ткаченко; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, Сумський державний університет. – Київ ; Суми, 2015. – Вип. 16(1). – С. 72–77.
3. Бондаренко Т. О. Зарубіжна журналістика : навчально- методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / Т. О. Бондаренко. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. – 58 с.
4. Гарматій, Ольга Василівна. Агенційна журналістика: навч. посіб. Львів : Сполом, 2015. 176 с.
5. Жиленко І. Р. Історія зарубіжної журналістики (від античності до II пол. XVIII ст.): навчальний посібник / І. Р. Жиленко – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 285 с.
6. Закон України «Про медіа»
7. Кому належать українські інформгентства // Детектор медіа <https://detector.media/rinok/article/114628/2016-04-25-komu-nalezhat-ukrainski-informagentstva-vypravleno/>
8. Нестеряк Ю. М. Агенційна журналістика. Курс лекцій. К.: Інститут журналістики, 2009. 185 с.
9. Рембецька О.В. Зарубіжна журналістика. Методичні рекомендації для студентів III-IV курсів напряму підготовки 6.030301. Журналістика денної та заочної форм навчання Херсон: Вид-во ХДУ, 2013. – 55 с.
10. Рембецька О.В. Тенденції таблоїдизації світової медіа індустрії (на прикладі британської газети «The Guardian») // Актульні проблеми сучасного мас-медійного простору. Збірник матеріалів Всеукр. науково-практ. конф. (Херсон, 12-13 вересня 2016 р.). / Олексенко В.П., Рембецька О.В. та ін.; Херс. держ. ун-т.- Херсон: ХДУ, 2016.- С.69-71.

11. Рудницька Г. Італійська преса: сучасні тенденції в контексті висвітлення міжнародних подій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5408/5417>
12. Paterson C. The International Television News Agencies. The World from London. London : New Dawn Press, 2017. 183 p.
13. Shrivastava K. M. News Agencies: From Pigeon to Internet. London : New Dawn Press, 2017. 344 p.

Допоміжна

1. Біяк О. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств у міжнародному інформаційному просторі / О. Біяк // Молодий учений. 2016. № 12 (39). С. 181-185.
2. Горчикова А. Український медіаринок за умов глобалізації // Образ. 2015. Вип. 3. С. 81–87.
3. Гресько О.В. Міжнародна журналістика : навчально-методичний посібник. Київ : Грамота, 2009. 112 с.
4. Дацків І. Б., Гринчишин А. А. Інформаційно-аналітична діяльність світових інформаційних агентств // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. Випуск 4 (04). С. 25-29. http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/4_2016/06.pdf
5. Конфліктно-чутлива журналістика [Текст] : короткий словник-довідник термінів і понять / Н. В. Виговська, Ю. В. Любченко, К. Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 94 с.
6. Муковський І.Т. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2012. 224 с.
7. Посібник з верифікації [електронний документ] / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. —Режим доступу: http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf

Інформаційні ресурси:

1. Агентство “Асошіейтед Прес” <http://www.ap.org>
2. Агентство “Інтерфакс” www.interfax-news.com
3. Агентство “Інтерфакс-Україна” www.interfax.com.ua
4. Агентство “Ітар-ТАРС” www.itar-tass.com
5. Агентство “Кіодо Цусін” www.kyodo.co.jp
6. Агентство “Сінхуа” www.xinhua.org
7. Агентство “Томсон-Ройтерс” <http://www.reuters.com>
8. Агентство “Українські новини” <http://ukranews.com>
9. Агентство “Укрінформ” www.ukrinform.ua
10. Агентство “УНІАН” www.unian.net
11. Агентство “Франс Прес” <http://www.afp.com>
12. Альянс Середземноморських інформаційних агентств www.aman-alliance.org

13. Об'єднання європейських інформаційних агентств
<http://www.newsalliance.org>
14. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону
www.oanews.org
15. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА
<http://bsanna-news.ukrinform.ua>
16. Федерація арабських інформаційних агентств www.fanews.com
17. <https://www.bbc.com/>
18. <https://edition.cnn.com/>
19. <https://www.wsj.com/>
20. <https://www.ft.com/>
21. <https://www.nytimes.com/>
22. <https://www.spiegel.de/>
23. <https://www.euronews.com/>
24. <https://www.aljazeera.com/>
25. <https://time.com/>
26. <https://www.newsweek.com/>
27. <https://www.usatoday.com/>
28. <https://www.dw.com/uk/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0/s-9874>

Політика академічної доброчесності

Викладання курсу «Проблематика медій (соціальна, правова)», контроль й оцінювання знань і вмінь студентів спрямовані на дотримання вимог академічної доброчесності (*Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

(<https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetskoho-natsionalnoho-universytetu.pdf>), *Положення про виявлення та запобігання плагіату в Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича* (https://www.chnu.edu.ua/media/f5eleobm/polozhennya-pro-zapobihannia-plahiatu_2024.pdf).

Студенти несуть особисту відповідальність за випадки їхнього порушення, враховуючи плагіат, списування, підказування тощо. У разі виявлення академічної недоброчесності вперше бали, зараховані студентів/ці за виконане завдання, скасовуються. Повторна практика недоброчесності може призвести до анулювання всіх нарахованих за курс балів.