

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В. о. декана факультету міжнародних економічних
відносин та туристичного бізнесу



Тетяна МІРОШНИЧЕНКО

« 28 » *серпня* 2024 р.

**Робоча програма навчальної дисципліни
Світові інформаційні агентства**

рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність: 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
освітня програма: «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»
вид дисципліни: за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

«28» серпня 2024 року, протокол № 19

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Д.соц.н., професор, професор кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки Лариса ХИЖНЯК

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин, міжнародної інформації та безпеки

Протокол від «27» серпня 2024 року № 21

В. о. завідувача кафедри

(підпис)



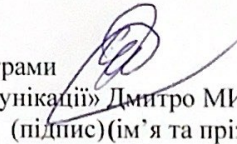
Ірина ПЕРЕСИПКІНА
(ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

Гарант освітньо-професійної програми

«Міжнародна інформація та міжнародні комунікації» Дмитро МИКОЛЕНКО

(підпис) (ім'я та прізвище)



Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від «28» серпня 2024 року № 16

Голова науково-методичної комісії

(підпис)



Олена МИКОЛЕНКО
(ім'я та прізвище)

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Навчально-науковий інститут
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра міжнародних відносин

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директор ННІ «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»
Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ



« 07 » січня 2025 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

СВІТОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНСТВА

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та
регіональні студії»

освітня програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

вид дисципліни за вибором

навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних відносин
та туристичного бізнесу»

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»


«07» січня 2025 року, протокол № 10

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

Лариса ХИЖНЯК, д. соціол. наук, професор, професорка кафедри міжнародних відносин.


Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародних відносин

Протокол від «06» січня 2025 року № 10

Завідувач кафедри  Наталія ВІННИКОВА
(підпис) (ім'я та прізвище)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»


Гарант освітньої програми «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації» першого (бакалаврського) рівня

 Валерій Резніков
(підпис) (ім'я та прізвище)

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол від «06» січня 2025 року №7

Голова науково-методичної комісії

 Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма вибіркової навчальної дисципліни «Світові інформаційні агенства» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра зі спеціальності 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» освітня програма «Міжнародна інформація та міжнародні комунікації»

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни – сформувати у студентів і студенток уявлення про світові інформаційні агенства в глобальному інформаційному просторі, особливості, організацію, напрямки їх діяльності, вплив на міжнародні відносини, сформувати здатність студентів і студенток використовувати теоретичні знання у розробці та реалізації проєктів щодо продуктів інформагенств у професійній діяльності.

1.2. Основні завдання навчальної дисципліни

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти/студентки знатимуть історичні передумови, етапи розвитку, моделі, форми і принципи, напрямки міжнародного культурного співробітництва в умовах геокультури; отримають здатність розробляти аналітичні матеріали щодо використання продуктів інформаційних агенств роботі у сфері міжнародних відносин і міжнародних комунікацій.

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Рік підготовки	
4-й	-
Семестр	
8-й	-
Лекції	
24 год.	-
Практичні, семінарські заняття	
24 год. (12 год.- практичні, 12 год. – семінарські заняття)	-
Самостійна робота	
72 год.	-
Індивідуальна робота	
	-

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Розділ 1. Теоретичні засади дослідження інформаційних агентств, їх ролі у інформаційному просторі

Тема 1. Інформаційні агенства: затребуваність, сутність

Характеристики інформаційного простору. Інформаційне агентство як суб'єкт інформаційної діяльності, що зареєстрований як юридична особа і діє з метою надання

інформаційних послуг. Інформаційні агентства як посередники між джерелами інформації та її розповсюджувачами. Етапи становлення і розвитку інформаційних агентств. Дискусії щодо їх визначення та трансформації ролі в сучасному світі. Глобальні інформаційні агентства. Національні інформаційні агентства у глобальному інформаційному просторі. Особливості діяльності світових інформаційних агентств. Принципи роботи сучасних інформаційних агентств. Функціонал інформаційних агентств. Завдання діяльності інформаційних агентств. Можливості і способи вираження позиції інформаційними агентствами у різних країнах світу.

Тема 2. Інформаційні агентства в сучасному медіапросторі

Інформаційні агентства як самостійні засоби масової інформації. Національні, регіональні та глобальні інформаційні агенції. Їхнє місце в сучасному медіапросторі. Типологія інформаційних агенцій: за цільовим призначенням, за типом власності, за масштабом розповсюдження новин та впливу на міжнародні відносини. Специфіка діяльності інформаційних агенцій. Правове поле діяльності інформаційних агентств. Продукція інформаційного агентства як матеріалізований результат його діяльності, призначений для розповсюдження з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, держав тощо.

Види і сфера надаваних послуг інформаційними агентствами. Засоби розповсюдження продукції інформаційних агентств: друковані та екранні видання; радіо, телебачення (кабельне, супутникове, глобальне); електричний та електронний зв'язок (телеграф, телефон, телекс, телефакс, інтернет).

Інформаційні агентства он-лайн: особливості роботи, проблеми функціонування і розвитку. Основні види продукції інформаційних агентств у цифровому суспільстві.

Критерії і показники для визначення ступеня впливу інформагенції на міжнародні відносини. Рейтинги інформагенств.

Тема 3. Організація і напрямки діяльності інформагенств

Особливості світового ринку виробництва новин та їх вплив на інформагенства. Диверсифікація інформаційних продуктів та послуг інформаційних агентств та її причини і наслідки. Джерельна інформаційна база в роботі інформаційних агентств. Інтерв'ю та репортаж у практиці інформаційних агентств. Портрет, види портрета у практиці інформаційних агентств. Дані статистики і матеріали соціологічних досліджень у роботі інформаційних агенств. Принципи редагування матеріалів інформаційних агентств. Структура повідомлень інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, джерела інформації, бекграунд. Розширене повідомлення і замітка. Техніка написання повідомлення для інформаційного агентства та підготовки різножанрових матеріалів. Жанри інформаційних агентств: флеш (повідомлення-блискавка), лід, факт. Сильні сторони, слабкі сторони, можливості і недоліки повідомлень інформаційних агентств.

Розділ 2. Діяльність інформагенств в умовах глобального інформаційного простору

Тема 4. Глобальні інформаційні агентства.

Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств. Інформаційне агентство Шарля Гаваса. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера. Інформаційне агентство Рейтер. Інформаційне агентство Вольфа. Інформаційне агентство «Ассошіейтед Прес». Найпотужніші інформагенства світу «Велика трійка»: Reuters (Великобританія), Associated Press (США) та Agence France-Presse (Франція).

Тема 5. Субрегіональні інформаційні агентства. Провідні інформагенства України в інформаційному полі

Субрегіональні інформаційні агентства в інформаційному просторі: їх затребуваність, роль, значущість і особливості роботи в сучасному світі.

Документи, які регламентують інформаційні відносини в європейському регіоні: конвенції, декларації, угоди, меморандуми, рекомендації і резолюції, статuti, хартії, положення з основних та спеціальних напрямів інформаційної діяльності, зокрема Європейська конвенція прав людини (1950 р., з доповненнями), Європейська конвенція про транскордонне телебачення (1989 р.), конвенції про обмін правовою інформацією, загальні засади міжнародного співробітництва в Європі, заборону аудіовідео-піратства тощо. «Електронна Європа – Інформаційне суспільство для всіх». План дій «Електронна Європа 2002. План дій «Електронна Європа+».

Співробітництво між інформагентствами.

Історія українських інформаційних агентств. Провідні інформагентства України як суб'єкти у сфері медіа. Інформаційні агентства України: процедура визначення їх статусу і перереєстрації. Характерні риси діяльності українських інформаційних агентств та їх представлення на глобальному ринку інформаційних послуг.

Тема 6. Чинники, стан, проблеми і перспективи розвитку світових інформагентств ХХІ століття.

Зростання ролі інформаційних агентств на інформаційних ринках світу. Конкуренція на глобальному ринку інформації і її вплив на якість роботи інформагентств. Агенційна журналістика, її потенціал та його використання у сфері міжнародної інформації та міжнародної комунікації. Можливості та перспективи розвитку інформаційних агентств. Об'єднання інформаційних агентств в сучасному світі та їх вплив на світову політику і міжнародну громадську думку.

Особливості агенційної журналістики, принципи та критерії відбору новин.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин								
	денна форма					заочна форма			
	Усьо-го	у тому числі				усього	у тому числі		
		л	п	с	с.р.		л	п	с.р.
	2	3			5	6	7	8	9
<i>Розділ 1. Теоретичні засади дослідження інформаційних агентств, їх ролі у інформаційному просторі</i>									
1. Інформаційні агентства: затребуваність, сутність	20	4	2	2	12				
2. Інформаційні агентства в сучасному медіапросторі	20	4	2	2	12				
3. Організація і напрямки діяльності інформагентств	20	4	2	2	12				
Разом за розділом 1	60	12	6	6	36				
<i>Розділ 2. Діяльність інформагентств в умовах глобального інформаційного простору</i>									
4. Глобальні інформаційні агентства	20	4	2	2	12				
5. Субрегіональні інфор-маційні агентства. Провідні інформагентства України в інформаційному полі	20	4	2	2	12				

6. Чинники, стан, проблеми і перспективи розвитку сві-тових інформагентств XXI століття	20	4	2	2	12				
Разом за розділом 2	60	12	6	6	36				
Усього годин	120	24	12	12	72				

4. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		п	с
1	Інформаційні агентства: затребуваність, сутність	2	2
2	Інформаційні агентства в сучасному медіапросторі	2	2
3	Організація і напрямки діяльності інформагентств	2	2
4	Глобальні інформаційні агентства	2	2
5	Субрегіональні інформаційні агентства. Провідні інформагентства України в інформаційному полі	2	2
6	Чинники, стан, проблеми і перспективи розвитку світових інформагентств XXI століття	2	2
	Разом	22	12

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Робота з рекомендованою основною й допоміжною літературою до тем навчальної дисципліни. Виконання завдань до 6 тем навчальної дисципліни. Підготовка до участі у дискусії	36
2	Виконання завдання до самостійної роботи на тему «Оцінка історії, етапів розвитку, напрямків діяльності, специфіки й організації роботи, місця і ролі в глобальному інформаційному просторі і впливу на міжнародні відносини світового інформаційного агентства : аналітична довідка» (агентство студенти і студентки обирають самостійно)	36
3	Підготовка до поточного контролю знань	24
4	Підготовка до підсумкового контролю знань (заліку)	24
	Разом	120

6. Індивідуальне завдання

Не передбачено начальним планом.

7. Методи навчання

Лекційні заняття. пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемне викладання, частково-пошуковий, дослідницький; наочні методи - ілюстрація, демонстрація (презентація лекцій).

Семінарські заняття: есе, аналітичне завдання, групові завдання та презентація їх результатів, колективне обговорення дискусійних питань, тестові завдання.

8. Методи контролю

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів і студенток до виконання завдань до кожної теми навчальної дисципліни. Методи контролю: усне опитування, тестування, оцінювання виконаних завдань, залік.

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на практичних заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів/студенток до виконання конкретного завдання щодо ролі, значущості, діяльності інформаційних агентств. Методи контролю: усне опитування, поточне тестування, оцінювання виконаних завдань, залік.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи під час лекційних та практичних занять (групова дискусія);
- контроль та оцінювання якості підготовки завдань в ході індивідуальної / командної роботи студентів та студенток;
- контроль засвоєння теоретичного матеріалу (у вигляді тестування) з тем навчальної дисципліни;
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати аналітичні та інші завдання з оцінювання діяльності світових інформаційних агентств.

Додатково можуть враховуватись такі види активностей студентів/студенток:

- проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera, Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу);
- участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, зустрічах (з підготовкою есе, прес-релізу, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено навчальною програмою заходу чи відповідним сертифікатом).

Методи контролю в умовах змішаної форми навчання

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин. Вміст залікового білета й оцінювання відповідей на заліку: тестові завдання – 40 балів (40 тестових завдань x 1 бал).

У разі використання заборонених джерел на заліку студент/студентка на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку за залік (0).

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль, самостійна робота						Самостійна робота	Разом	Залікова робота	Сума
Розділ 1		Розділ 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6				
6	6	6	6	6	6	24	60	40	100

Загальна оцінка навчальної діяльності складається з компонентів:

№	Вид роботи	Кількість балів	Кількість видів роботи (завдань)	Максимальна сума балів
1	Практичні завдання до тем семінарів, поточний контроль знань, тести, завдання, участь у дискусії	6	6	36
2	Завдання до самостійної роботи	24	1	24
3	Залікова робота			40
				Разом: 100

Критерії оцінювання завдання до теми (за 6-ти бальною шкалою)

Дуже високий рівень 6 балів	Відповідь повна, глибока та змістовна, креативна і самостійна. Високий рівень знань теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільне володіння термінами дисципліни. Є аргументи і приклади.
Високий рівень 5 балів	Відповідь повна, глибока, самостійна та змістовна. Високий рівень знань теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільне володіння термінами дисципліни. Однак положення не достатньо обґрунтовані.
Середній високий рівень 4 бали	Відповідь змістовна. Середній рівень знань теоретичного та практичного матеріалу з теми. Є деякі змістовні неточності, помилки.
Середній низький рівень 3 бали	Середній рівень знань теоретичного та практичного матеріалу з теми; посереднє володіння термінами та поняттями дисципліни. Є деякі змістовні неточності, помилки. Бракує прикладів.
Низький рівень 2 бали	Відповідь характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так і практичного матеріалу. Багато помилок, немає обґрунтування та прикладів.
Дуже низький рівень 1 бал	Дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; відсутні навички аналізу проблем міжнародного культурного співробітництва

За поточне оцінювання здобувач може одержати до 60 балів: до 36 балів на семінарах за 6 темами + до 24 балів – за виконане завдання до самостійної роботи (аналітична довідка). Залікова робота – до 40 балів.

Максимальна кількість набраних балів дисципліни складає 100 балів.

Мінімальна кількість балів для допуску до підсумкового контролю – 30 балів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка для дворівневої шкали
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

Рекомендована література

Основна

Історія інформаційних агентств.
<https://communication.iresearchnet.com/media/history-of-news-agencies/>
Гарматій О. Інформаційні агентства як об'єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. Вип. 5. 2015. С. 334-347. <https://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2015/JRN/PDF/30.pdf>
Допоміжна
Огаренко В. М., Стадник А. Г. Засоби масової комунікації в інформаційній війні: соціологічний підхід у визначенні аспектів впливу. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2019. Вип. 83. С. 142-147.
Програма ЄС «Цифрова Європа» (2021 – 2027). <https://business.diia.gov.ua/digital-europe-programme>
Проноза І. І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. Науковий журнал «Політикус». Випуск 3. 2020. С. 65-69.
Редакція ВУЕ Агентство інформаційне // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Агентство_інформаційне
Fakhar Naveed. The Era of News Agencies. 2020. <https://www.masscommunicationtalk.com/the-era-of-news-agencies.html>
News Agencies of The World. <https://ru.scribd.com/document/241333082/News-Agencies-of-the-World>
News Agencies Of Different Countries – <https://unacademy.com/content/railway-exam/study-material/general-awareness/news-agencies-of-different-countries/>
News agencies in India & world – <https://testbook.com/static-gk/news-agencies-in-india-and-world>
News agency, types of news agencies, International and Indian news agencies – <https://jmcstudyhub.com/news-agency-types-of-news-agencies-international-and-indian-news-agencies/>
Palmer Michael. International News Agencies: A History. 2018. https://www.researchgate.net/publication/338350569_International_News_Agencies_A_History
Potter SJ. Full article: International News Agencies: A History. 2022. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13688804.2021.2003128>
Top 10 News Agencies in the World – <https://www.geeksforgeeks.org/top-10-news-agencies-in-the-world/>
UNIT INTERNATIONAL INFORMATION AGENCIES AND ORGANISATIONS. <https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/7454/3/Unit-1.pdf>
12 Prominent International News Agencies and their Geo-Political Significance – https://indianmediastudies.com/international-news-agencies/#International_news_agencies
Pierre Cotterlaz & Etienne Fize. Information in the First Globalization: News Agencies and Trade. No 2021-02 – February Working Paper. https://www.cepii.fr/PDF_PUB/wp/2021/wp2021-02.pdf

11. Посилання на інформаційні ресурси в інтернеті

INMA: International News Media Association – <https://www.inma.org/>
Агентство «Асошіейтед Прес» - <http://www.ap.org>
Агентство «Кіюдо Цусін2» - www.kyodo.co.jp
Агентство «Сінхуа» - www.xinhua.org
Агентство «Томсон-Ройтерс» - <http://www.reuters.com>
Агентство «Франс Прес» - <http://www.afp.com>
Агентство «УНІАН» - www.unian.net

Агентство «Інтерфакс» - www.interfax-news.com
Агентство «Інтерфакс-Україна» www.interfax.com.ua
Агентство «Українські новини» - <http://ukranews.com>
Агентство «Укрінформ» - www.ukrinform.ua
LIGA. net, портал ділової інформації – <http://www.liga.net>
Regio News (ТОВ «Регіональні Новини») – <http://www.regionews.ua>
Релігійно-інформаційна служба України – <http://www.risu.org.ua/ukr>
Інформаційна агенція культурних індустрій «ІПРО» – <http://i-pro.kiev.ua>

12. Особливості навчання за денною формою в умовах дії обставин непереборної сили

В умовах обставин непереборної сили освітній процес в університеті здійснюється за дистанційною формою навчання згідно з затвердженим розкладом занять на платформі Zoom проводяться лекційні заняття. Семінарські/практичні та консультації, контроль самостійної роботи проводиться на платформах Zoom/Moodle. Складання підсумкового семестрового контролю відбувається дистанційно на платформі Moodle.