**Міністерство освіти і науки України**

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Факультет журналістики**

**Кафедра зарубіжної преси та інформації**

**Затверджено**

на засіданні кафедри зарубіжної преси та інформації

факультету журналістики

Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол № 3 від 22.06.2023 р.)

Завідувач кафедри –

доктор наук із соціальних комунікацій,

професор М. Г. ЖИТАРЮК



**Силабус з навчальної дисципліни**

**«МЕДІАЛІДЕРИ ГЛОБАЛЬНОГО КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ»,**

**що викладається в межах**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

**«МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА»**

другого (магістерського) рівня вищої освіти

для здобувачів зі спеціальності 061 – **журналістика**

Львів – 2022

| Назва курсу | «Медіалідери глобального комунікаційного процесу» |
| --- | --- |
| Адреса викладання курсу | Вул. Генерала Чупринки, 49, Львів |
| Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна | Факультет журналістики, кафедра зарубіжної преси та інформації |
| Галузь знань, шифр та назва спеціальності | Галузь знань – 06 Журналістика,  Спеціальність – 061 Журналістика |
| Викладач курсу | Лильо Тарас Ярославович, кандидат філологічних наук, доцент кафедри зарубіжної преси та інформації |
| Контактна інформація викладача | [taras.lylo@lnu.edu.ua](mailto:taras.lylo@lnu.edu.ua), <https://journ.lnu.edu.ua/employee/lylo-t-ya> ; <https://orcid.org/0000-0003-1673-6648> , Львів, вул. Генерала Чупринки, 49, каб. 304 |
| Консультації з курсу відбуваються | Вівторок, 12.00-14.00 год, (вул. Генерала Чупринки, 49, ауд. 304), а також у день проведення лекцій/практичних занять, за попередньою домовленістю зі студентами. Можливі й онлайн консультації через Zoom, Вайбер, Меседжер, Телеграм або подібні ресурси. Для погодження часу онлайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача, у приват соціальних мереж або телефонувати. |
| Сторінка курсу | <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/09/sylabus-Medialiders2022.pdf> |
| Інформація про курс | Дисципліна «Медіалідери глобального інформаційного процесу» є вибірковою дисципліною зі спеціальності 061 – журналістика для освітньої програми «Міжнародна журналістика», яку викладають в 1 семестрі в обсязі 3,5 кредита (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS). |
| Коротка анотація курсу | Курс «Медіалідери глобального комунікаційного процесу» розглядає як найвпливовіші ЗМІ сучасності перетворюються на суб’єкт геополітики, медіатизують національні та глобальні реальності. Особливий акцент зроблено на тому, як можна використати можливості згаданих медіалідерів для зміцнення іміджу держави в умовах війни, комунікаційний аспект якої має одне з вирішальних значень. |
| Мета та цілі курсу | Мета курсу «Медіалідери глобального комунікаційного процесу» – дати комплексне уявлення про особливості та способи медіатизації реальності на сторінках чи в ефірі найвпливовіших ЗМІ, які мають можливості впливати на глобальну авдиторію.  Цілі (завдання) дисципліни – визначити основні вимоги до публікацій у досліджуваних ЗМІ, проаналізувати структуру матеріалів, основні ідеологеми як на рівні редакційних засад, так і журналістських матеріалів й сприяти майбутнім журналістам ставати авторами цих медіа. |
| Література для вивчення дисципліни | **Базова**   1. Flew T. Understanding global media. London: Palgrave, 2018. URL: <https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=zRpHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=global+media+research+article&ots=wsatXDLeaE&sig=DaTCACGkHZRJ9GXzw6WOQky9x60&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false> 2. Vendel A. Global media and national image: the case of ukraine in BBC world and CNN international. URL: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/3152> 3. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. — К, 2002. 4. Mills T. The BBC: Myth of a Public Service. London, 2020. URL: <https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=Ug38DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=research+articles+about+BBC+&ots=G3OcBYGmr5&sig=4sSBnyF9xRSDXbysIjtIksmA_xg&redir_esc=y#v=onepage&q=research%20articles%20about%20BBC&f=false> 5. Michael B. Palmer. International News Agencies: A History. 2019. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=fNHHDwAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA69&dq=%22In+1900,+an+Illinois+Supreme+Court+decision+Chicago+Inter+Ocean%22&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q=%22In%201900%2C%20an%20Illinois%20Supreme%20Court%20decision%20Chicago%20Inter%20Ocean%22&f=false> 6. Aaron Blake. Ranking the media from liberal to conservative, based on their audiences. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/10/21/lets-rank-the-media-from-liberal-to-conservative-based-on-their-audiences/> 7. Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli. Warszawa, 2013. 274 s.   **Додаткова**   1. Рене Каппон. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс. Київ. Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2005. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://chtyvo.org.ua/authors/Cappon_Rene/Nastanovy_zhurnalistam_Assoshieited_Press.doc> 2. Компанія «Нью-Йорк Таймс». Питання етики в журналістиці [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/NewYork_Times.pdf> 3. Мащенко І. Спецоперації CNN. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://web.archive.org/web/20070930184357/http://www.dt.ua/3000/3150/33280/> 4. Rybińska A. „Le Monde”, marzenie o bezstronności. URL: <https://www.rp.pl/plus-minus/art7116921-le-monde-marzenie-o-bezstronnosci> 5. Pierre Pean i Phillip Cohen. La face cachée du Monde: Du contre-pouvoir aux abus de pouvoir/ 2003. 640 p. 6. His country's mirror. URL: <https://www.economist.com/europe/2002/11/14/his-countrys-mirror> 7. Patrick Iber. The World The Economist Made. URL: <https://newrepublic.com/article/155962/liberalism-at-large-book-review-the-economist-magazine> 8. Is The Economist left- or right-wing? URL: <https://www.economist.com/the-economist-explains/2013/09/02/is-the-economist-left-or-right-wing> 9. Pankaj Mishra. Liberalism According to The Economist. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/11/11/liberalism-according-to-the-economist> 10. Matt Pressman. Why Time and Newsweek Will Never Be The Economist. URL: <https://www.vanityfair.com/news/2009/04/when-will-magazines-stop-trying-to-copy-the-economist> 11. About The Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/about-the-post/> 12. Anita G. Day &Guy Golan. Source and content diversity in Op-Ed Pages: assessing editorial strategies in The New York Times and the Washington Post. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670052000328212?scroll=top&needAccess=true&role=tab> 13. Reuters Handbook of Journalism Standards and Values. URL: [https://www.mediareform.org.uk/wp content/uploads/2015/12/Reuters\_Handbook\_of\_Journalism.pdf](https://www.mediareform.org.uk/wp%20content/uploads/2015/12/Reuters_Handbook_of_Journalism.pdf) 14. Mohamed Zayani.The Al Jazeera Phenomenon. Critical Perspectives On New Arab Media. Pluto Press, 2005. URL: <https://www.aljazeera.com/news/> 15. Буцко Д. Антиколоніалізм, дражливий Ізраїль і співчуття жертві: як пояснити війну в Україні арабському світу. URL: <https://detector.media/infospace/article/199766/2022-06-02-antykolonializm-drazhlyvyy-izrail-i-spivchuttya-zhertvi-yak-poyasnyty-viynu-v-ukraini-arabskomu-svitu/> 16. Barbara Gatzen. Media and Communication in Japan. Current Issues and Future Research. URL: <http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/Gatzen.html> 17. Полк "Азов" в Гонконзі, "біолабораторії" та "брудна бомба" — дослідниця Китаю про російську пропаганду в ЗМІ КНР. URL: <https://suspilne.media/309238-polk-azov-v-gonkonzi-biolaboratorii-ta-brudna-bomba-doslidnica-kitau-pro-rosijsku-propagandu-v-zmi-knr/> 18. Набожняк О. Росія і Китай давно домовилися про співпрацю в пропаганді. Докази є в базі зливів пошти на Текстах. URL: <https://texty.org.ua/fragments/108643/rosiya-i-kytaj-davno-domovylysya-pro-spivpracyu-v-propahandi-dokazy-ye-v-bazi-zlyviv-poshty-na-tekstah/>   **Інформаційні ресурси**   * + - 1. <https://www.nytimes.com/>       2. <https://edition.cnn.com/>       3. https://www.washingtonpost.com/world/ukraine-russia/       4. <https://www.aljazeera.com/>       5. <https://www.spiegel.de/>       6. <https://www.bbc.com/>       7. <https://www.scmp.com/>       8. https://www.economist.com/       9. <https://apnews.com/>       10. <https://www.afp.com/en/news-hub>       11. <https://www.reuters.com/>       12. <https://www.dpa.com/en>       13. <https://www.aljazeera.com/news/>       14. <http://www.chinaview.cn/>       15. <https://www.scmp.com/>       16. <https://www.japantimes.co.jp/opinion/> |
| Обсяг курсу | 32 години аудиторних занять (16 год. лекційних і 16 год. практичних занять) та 73 год. самостійної роботи. |
| Очікувані результати навчання | Після завершення цього курсу студент буде  ***знати***:   * Основні інформаційні потоки в умовах глобалізації комунікаційного простору; * Специфіку монополізації глобального інформаційного простору та її наслідки; * Редакційні засади функціонування найвпливовіших ЗМІ світу; * Світоглядні принципи редакційної роботи світових медіа; * Особливості висвітлення української тематики на сторінках медіа-лідерів   ***вміти***:   * коректно ідентифікувати ідеологію найвпливовіших ЗМІ; * визначати маніпулятивний характер публікацій зазначених ЗМІ; * ідентифікувати, як сучасні медіа-лідери медіатизують національні реальності; * підготувати різножанрові матеріали згідно з настановами того чи того медіа; |
| Ключові слова | Медіалідери, монополізація, медіатизація, ідеологема, світогляд, глобалізація комунікаційного простору. |
| Формат курсу | Очний |
| Теми | Див. СХЕМУ КУРСУ, додану до силабуса |
| Підсумковий контроль, форма | Залік в кінці семестру |
| Пререквізити | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з журналістикознавчих дисциплін, зокрема, з циклу професійної та практичної підготовки, прочитаних у попередніх семестрах, достатніх для сприйняття категоріального апарату. |
| Навчальні методи та техніки під час викладання курсу | Лекція-обговорення, дискусія, групова робота, консультування, проблемно-пошукові диспути на основі реальних подій та ситуативного моделювання, презентації медіапроєктів. |
| Необхідне обладнання | Комп’ютер, мультимедійний проєктор, доступ до мережі Інтернет, ноутбук. |
| Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності) | Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою.  Основну кількість балів студент набирає на практичних заняттях: на кожному занятті можна набрати максимум 10 балів (8 практичних занять х 10 балів = 80 балів). Ще 20 балів студент має можливість набрати, готуючи проєкт, який необхідно презентувати в кінці семестру.  **Академічна доброчесність**: Очікується, що студентські роботи будуть самостійними, оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших авторів становлять приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі є підставою для її незарахуванння викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.  **Відвідування занять** є важливою складовою навчання.  Очікується, що всі студенти відвідають усі аудиторні заняття з курсу. Слухачі повинні інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку вони зобов’язані дотримуватися усіх строків, що визначені для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.  **Література.** Усю літературу, яку студенти не зможуть знайти самостійно, викладач надає виключно з освітньою метою без права її передачі третім особам.  **Політика виставлення балів.** Враховуються усі бали, набрані упродовж семестру, відповідно до розподілу балів за виконаними видами робіт  Жодні форми порушення академічної доброчесності **не толеруються**. |
| Питання для підготовки до практичних занять | Поняття «медіалідери»: критерії, представники.  Ознаки глобалізації комунікаційного простору.  Можливості і виклики глобалізації в комунікаційній сфері.  Глобальні ЗМІ.  Що таке медіатизація реальності?  Ефект CNN: суть, приклади.  Українське питання у матеріалах CNN.  «The New York Times»: редакційні засади, ідеологія видання.  Етична карта та світогляд «The Washington Post».  Українська тема на сторінках «The New York Times» та «The Washington Post».  ВВС і геополітичні процеси в сучасному світі.  «The Economist»: претензії на глобальний вплив.  Особливості роботи найвпливовіших інформаційних агентств.  Панарабські ЗМІ: ідеологічний спектр, американські та іранські впливи на арабомовну авдиторію.  «Аль-Джазіра» і проблема висвітлення глобального тероризму.  Позиція «Аль-Джазіри» щодо російсько-української війни.  «Der Spiegel» як один з лідерів німецькомовного інформаційного простору.  Схема дослідницької статті «Der Spiegel».  «Le Mond»: участь у глобальних політичних процесах (історія і сучасність).  «Corriere della Sera»: редакційна політика, українська тематика.  Висвітлення глобальних політичних процесів у китайських ЗМІ.  Світоглядні засади висвітлення міжнародних процесів у японських ЗМІ.  В кінці семестру студенти захищають проєкт. Для того, щоб виконати проєкт необхідно:  1) вибрати ЗМІ, який належить до медіалідерів глобального комунікаційного процесу ;  2) проаналізувати проблемні матеріали, ідентифікувати основний ідеологічний вектор обраної газети, журналу, телеканалу тощо;  3) проаналізувати особливості висвітлення російсько-української війни у цьому ЗМІ. |
| Опитування | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу. |

**СХЕМА КУРСУ**

| **Тижд~~.~~** | **Тема, план, короткі тези** | **Форма заняття** | **Література.**  **Ресурси в інтернеті** | **Завдання для самостійної роботи, кількість годин** | **Термін викон.** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1-й тижд.  2 год. | **Тема 1. Вступ до курсу. ЗМІ як суб’єкти глобального комунікаційного процесу.** Особливості глобалізації комунікаційного простору: можливості та виклики. Поняття «медіалідер». Критерії медіалідерства. | Лекція | Базова – 1, 2, 3. | Засвоїти лекційні матеріали, методологічну базу дисципліни.  Запропонувати свій перелік медіалідерів глобального комунікаційного процесу й пояснити свій вибір.  9 год. | Тиждень |
| 2-й тижд.  2 год.  3-й тижд.  2 год | **Тема 2. Влив ЗМІ на національні та транснаціональні політичні процеси. Приклад CNN.**  Особливості роботи Cable News Network. Ефект CNN. Українська тема в ефірі/на сторінках СNN. | Лекція  Практ. | Базова – 2.  Додаткова – 3.  Інформаційні ресурси – 2. | Визначити генезу «ефекту CNN», пояснити проблематичність визначення зазначеного впливу.  9 год. | Тиждень |
| 4-й тижд.  2 год.  5-й тижд.  2 год. | **Тема 3. Ідеологічні пріоритети «The New York Times» та «The Washington Post»**  Ліберальні цінності «NYT» та «WP», їх вияв в редакційній аргументації. Українське питання на сторінках видань. | Лекція  Практичне | Базова – 1, 6.  Додаткова – 2, 11, 12.  Інформаційні ресурси – 1, 3. | Проаналізувати дві проблемні статті «NYT» та «WP», визначити динаміку ціннісних орієнтацій. Проаналізувати найактуальніші публікації двох газет про російсько-українську війну.  9 год | Тиждень |
| 6-й тижд.  2 год.  7-й тижд.  2 год. | **Тема 4. ВВС та «The Economist» як британські медіалідери, їх вплив на глобальний комунікаційний процес.**  Принципи BBC: теорія і практика. Проблема переростання британської ідентичності в глобальну (наднаціональну). | Лекція  Практичне | Базова – 2, 4.  Додаткова – 6, 7, 8, 9, 10.  Інформаційні ресурси – 6, 8. | Виявіть основні аргументаційні акценти у матеріалах про Україну, насамперед про російсько-українську війну в цих двох ЗМІ. Наскільки вони об’єктивні, чи збігаються з українським поглядом?  9 год | Тиждень |
| 8-й тижд.  2 год.  9-й,.  4 год. | **Тема 5. Найпотужніші інформаційні агентства.**  Редакційні засади та призначення Associated Press (AP), Reuters, Agence France-Presse (AFP), Deutsche Presse-Agentur (DPA). | Лекція  Практ. | Базова – 5.  Додаткова – 1, 13.  Інформаційні ресурси – 9, 10,11, 12. | З’ясувати основні критерії ієрархізації новин у зазначених інформаційних агентствах.  9 год. | Тижд. |
| 10-й тижд.  2 год.  11-й тижд.  2 год. | **Тема 6. Al Jazeera як один з лідерів панарабських ЗМІ.**  Поняття «панарабські медіа». Феномен Аль Джазіри. Редакційні принципи, українська тема. | Лекція  Практ. | Додаткова – 14, 15  Інформаційні ресурси – 13. | Проаналізувати кілька найактуальніших матеріалів «Аль Джазіри» на українську тему, визначити основні аргументаційні акценти.  9 год. | Тижд. |
| 12-й тижд.  2 год.  13-й тижд.  2 год. | **Тема 7. Медіалідери країн-членів Європейського Союзу. Редакційна політика Euronews.**  Політичні пріоритети «Le Mond», «Der Spiegel», «El Pais», «Corriere della Sera». | Лекція  Практ. | Базова – 1, 3.  Додаткова – 4, 5, 6.  Інформаційні ресурси – | Підготувати доповідь на тему «Російська редакція «Euronews» і кремлівська пропаганда»  9 год. | Тижд. |
| 14-й тижд.  2 год.  15-й тижд.  2 год. | **Тема 8. Найвпливовіші китайські та японські ЗМІ.** Агенство «Сіньхуа». Газети «South China Morning Post», «Женьмінь жибао». Англомовні версії японських газет: «Asahi Evening News», «The Nikkei Weekly», «The Daily Yomiuri». «The Japan Times». | Лекція  Практ. | Додаткова – 16, 17, 18  Інформаційні ресурси – 14, 15, 16. | Підготувати виступ на тему «Основні відмінності у висвітленні російсько-української війни в китайських та японських ЗМІ »  10 год. | Тижд. |
| 16-й тижд.  2 год. | **Презентація проєктів** | Практ. |  |  |  |
| **Усього: 16 год. – лекції, 16 год. – практичні/ семінарські** | | | | **73 год. – самостійна робота** | |

Підготував доц. Тарас ЛИЛЬО

