Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Факультет права та міжнародних відносин

Кафедра міжнародних відносин

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
_____ О.Б. Жильцов
« ___ » _____ 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СВІТОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНЦІЇ ТА ДРУКОВАНІ МЕДІА

для студентів

спеціальності	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	291.00.01 Суспільні комунікації

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307985
Програма № 3297/24
Начальник відділу моніторингу якості освіти
(підпис) (прізвище, ініціали)
« ___ » _____ 20 24 р.

Київ – 2024

Розробник:
Вдовиченко Вікторія Андріївна, кандидат історичних наук, доцент кафедри міжнародного права, європейської та євроатлантичної інтеграції Факультету права та міжнародних відносин Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладач:
Розумний Максим Миколайович, доктор політичних наук, старший науковий співробітник, професор кафедри міжнародних відносин Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародних відносин

Протокол від «10» січня 2024 року № 8
Завідувач кафедри міжнародних відносин В.М. Яблонський

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 291.00.01 Суспільні комунікації
_____ . _____. 2024 р.
Гарант освітньої програми І.Ю. Слюсаренко

Робочу програму перевірено
_____ . _____ . 2024 р.

Заступник декана А.Ю. Нашинець-Наумова

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____(_____). «___»_____20__р., протокол №___

на 20__/20__ н.р. _____(_____). «___»_____20__р., протокол №___

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
Світові інформаційні агенції та друковані медіа	
Вид дисципліни	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 /120
Курс	3
Семестр	6
Кількість змістових модулів	2
Обсяг годин, в тому числі:	120
Аудиторні	56
Модульний контроль	8
Семестровий контроль	
Самостійна робота	56
Форма семестрового контролю	Залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа» є ознайомлення з особливостями функціонування інформаційних агентств, вироблення у студентів навичок роботи із новинними матеріалами, умінь творення повідомлень інформаційних агентств, ознайомлення із аналізом ролі і місця інформаційних агенцій у світовому інформаційному просторі.

Програма визначає обсяги знань, які повинен опанувати бакалавр відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа», необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Завданнями дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа» є:

- ознайомлення студентів зі змістом основних понять, категорій та термінів, пов'язаних з діяльністю світових інформаційних агенцій та друкованих медіа;
- формування навичок роботи із новинними матеріалами, умінь творення повідомлень інформаційних агентств;
- вироблення навичок дослідження і аналізу прес-релізів, пост-релізів, прес- анонсів та пост-анонсів, які регламентують сучасні міжнародні відносини;
- підготовка фахівців, здатних виконувати кваліфіковану аналітичну, організаційну, консультаційну роботу в державних установах України, міжнародних організаціях;

- визначення місця та ролі України у системі міжнародних відносин;
- формування вмінь та навичок студентів аналізувати структурні та функціональні моделі міжнародних відносин, взаємодії суб'єктів міжнародних відносин, враховуючи національні особливості дипломатичної служби, протокольної практики та етикету.

Під час лекційних, семінарських та практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи студенти-бакалаври ***набувають таких програмних компетентностей:***

ЗК-3 Знання предметної області майбутньої професійної діяльності, загальнокультурна ерудиція, широке коло інтересів, розуміння сутності і соціальної значущості майбутньої професії.

ЗК-9 Здатність діяти відповідально, проявляти громадянську свідомість, відповідати за якість виконаної роботи, робити свідомий вибір та застосовувати демократичні технології прийняття рішень.

ФК-3 Здатність вирішувати професійні задачі у сфері міжнародних відносин та світової політики.

ФК-9 Знання сучасних інформаційних мереж, інформаційно-комп'ютерних технологій оброблення інформації та здатність використовувати їх з метою пошуку, збору та оброблення інформації про країни і регіони світу, послуговуючись сучасними методами і засобами аналізу інформації у практичній професійній діяльності.

ФК-11 Здатність на основі інформаційно-аналітичних матеріалів міністерств і відомств, агенцій, відповідних зарубіжних структур, спираючись на вітчизняний та світовий досвід інформаційно-аналітичного забезпечення зовнішньополітичного, зовнішньоекономічного курсів держав моделювати ситуації міжнародних відносин.

ФК-18 Здатність до здійснення комунікації та інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин (українською та іноземними мовами).

ФК-19 Розуміння свого місця в системі соціальних відносин, необхідності удосконалення своїх особистих і професійних якостей, наполегливість у досягненні мети, толерантність, активна життєва позиція.

ФК-20 Здатність аргументувати вибір шляхів вирішення завдань професійного характеру, обґрунтовувати прийняті рішення.

ДФК-1 Здатність здійснювати піар та використовувати інформаційно-комунікаційні технології в міжнародних відносинах. Розуміння ролі інформаційно- аналітичних центрів у формуванні громадської думки у міжнародних відносинах, здатність до реалізації комунікативної стратегії Міністерства закордонних справ України щодо формування позитивного іміджу країни.

3. Результати навчальної дисципліни:

У результаті вивчення дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа» студенти повинні

Знати:

- основні форми функціонування інформаційного простору, види аудиторій споживачів інформаційних продуктів, їх циклічність,
- форми співпраці з журналістами,
- основні процеси роботи прес-служб,
- історію створення та розвитку інформаційних агентств,
- особливості технології роботи інформаційних агентств,
- сучасний стан інформаційного ринку України.
- та мати спроможність розуміти роль інформаційно-аналітичних центрів у формуванні громадської думки у міжнародних відносинах, здатність до реалізації комунікативної стратегії Міністерства закордонних справ України щодо формування позитивного іміджу країни.

уміти:

- застосувати на практиці набути теоретичні знання,
- організовувати роботу з журналістами, включаючи групові та індивідуальні форми співпраці,
- створювати та інформаційно підтримувати веб-прес-офіси,
- створювати та використовувати інформаційні майданчики,
- готувати всі види документів прес-служб, уміти кваліфіковано забезпечувати ними редакції,
- здійснювати усі види моніторингу публікацій у ЗМІ,
- готувати конкурентоздатні інформаційні повідомлення для інформаційних агентств з розрахунком на різні види ЗМІ,
- використовувати бази даних інформаційних агентств.
- уміти проводити зустрічі, бесіди, переговори державною та іноземними мовами.
- забезпечувати комунікацію та інформаційно-аналітичну діяльність у сфері міжнародних відносин (державною та іноземними мовами).
- уміти використовувати методи інформаційно-комунікаційних технологій, організовувати піар кампанії, готувати інформацію для просування позитивного іміджу України на міжнародній арені.
- готувати інформаційні повідомлення про життя України для закордонного споживача продукції українських інформаційних агентств.

Програмні результати навчання:

ПРН-З-16 Спроможність розуміти роль інформаційно-аналітичних центрів у формуванні громадської думки у міжнародних відносинах, здатність до реалізації

комунікативної стратегії Міністерства закордонних справ України щодо формування позитивного іміджу країни.

ПРН У-13 Працювати в мультинаціональному та мультикультурному середовищі.

ПРН-У-18 Проводити зустрічі, бесіди, переговори державною та іноземними мовами.

ПРН-У-24 Забезпечувати комунікацію та інформаційно-аналітичну діяльність у сфері міжнародних відносин (державною та іноземними мовами).

ПРН Д-1 Уміти використовувати методи інформаційно-комунікаційних технологій, організовувати піар кампанії, готувати інформацію для просування позитивного іміджу України на міжнародній арені.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт				
		Аудиторна				Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	
Змістовий модуль 1 . Світові інформаційні агенції як джерело інформації						
Тема 1. Інформаційні агенції та інші медіа як суб'єкти інформаційних відносин. Поняття, функції особливості	12	4	2			6
Тема 2. Особливості зародження, розвитку світових інформаційних агенцій	8	2	2			4
Тема 3. Класифікація інформаційних агенцій Світові інформаційні агенції Європи	8	2	2			4
Тема 4. Міжнародний піар: інформаційні агенції та друковані ЗМІ	16	4	2	2		8
Модульний контроль 1	4					
Разом	**52**	**12**	**8**	**2**		**22**
Змістовий модуль 2. Особливості роботи інформаційних агенцій та друкованих медіа						
Тема 5. **Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики європейських медіа**	12	2	2	2		6
Тема 6. Регіональні об'єднання інформаційних агенцій Європи	12	2	2	2		6
Тема 7. Особливості структури повідомлень світових медіа.	8	2		2		4
Тема 8. Методи дослідження контенту інформаційних повідомлень	12	4		2		6
Тема 9. Роль інформаційних агенцій у зовнішній політиці держав Європи та України	16	4	2	2		8
Тема 10. Україна на сторінках світових та національних інформаційних агентств. Принципи фактчекінгу	8	2		2		4
Модульний контроль 2	4					
Разом	**68**	**16**	**6**	**12**		**34**
Усього	**120**	**28**	**14**	**14**		**56**

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль І. Світові інформаційні агенції як джерело інформації

Тема 1. Інформаційні агенції та інші медіа як суб'єкти інформаційних відносин. Поняття, функції особливості.

Інформаційні агенції як об'єкт вивчення дисципліни

Інформаційні агенції в системі засобів масової інформації: поняття, місце, значення.

Особливості роботи сучасних інформаційних агенцій у відповідності до динаміки світових подій.

Загальна організаційна структура інформаційної агенції.

Тема 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агенцій. Світові інформаційні агенції.

Передумови виникнення інформаційних агенцій.

Агентства преси, світові інформаційні служби, телеграфні агенції. Гавас (Havas), Вольф (Wolf), Рейтер (Reuters), Ассошіейтед Прес (Associated Press).

Агенції Юнайтед прес (United Press - UP). Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP).

Тема 3. Класифікація інформаційних агенцій Світові інформаційні агенції Європи.

Агенції Гавас (Havas), Вольф (Wolf), Рейтер (Reuters) та особливості їх діяльності.

Світові інформаційні агенції Ассошіейтед Прес (Associated Press), Юнайтед прес (United Press - UP), Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP).

Тема 4. Міжнародний піар: інформаційні агенції та друковані ЗМІ.

Особливості діяльності агенцій Bloomberg, Thomson-Reuters.

Міжнародний піар у діяльності об'єднань інформаційних агенцій: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN). Міжнародний піар в діяльності Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморської асоціації національних інформаційних агентств (ПАНІА), Союзу латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

Змістовний модуль ІІ. Особливості роботи інформаційних агенцій та друкованих медіа світу

Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики європейських медіа

Правила цитування європейських ЗМІ. Вживання цитат як підвищення довіри до журналістського матеріалу.

Робота з джерелами інформації. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел європейськими ЗМІ.

Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації європейськими ЗМІ. Способи перевірки інформації за допомогою сучасних технологій (фактчекінг).

Тема 6. Регіональні об'єднання інформаційних агенцій Європи.

Державні та корпоративні інформаційні агентства ЄС.

Виклики кіберзагроз для інформаційних агенцій ЄС.

Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP.

Італійські агентства ANSA та La Presse.

Європейський альянс інформаційних агентств EANA та EPA.

Тема 7. Особливості структури повідомлень світових медіа.

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, дейтлайн, слаглайн, трешлайн, лід/інтро, сублід, основна частина, бекграунд.

Правила написання суб-ліду та ліду.

Правило перевернутої піраміди.

Тема 8. Методи дослідження структури інформаційних продуктів та повідомлень

Структурний аналіз різнотипних медійних продуктів. Семіотика у оформленні та подачі інформаційного повідомлення.

Формування структури, ілюстративного матеріалу та порядку подачі інформації у друкованих медіа. Модель споживача медіа продукції на телебаченні, в мережі Інтернет та радіомовлення.

Синтез загального інформаційного поля висвітлення міжнародних подій у світовому інформаційному просторі.

Тема 9. Роль інформаційних агенцій у зовнішній політиці держав Європи та України

Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу. Роль ANSA, DPA та вплив інших регіональних агенцій на зовнішню політики держав-членів ЄС.

Інформаційна агенція Укрінформ. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях.

Тема 10. Україна на сторінках світових та національних інформаційних агентств. Принципи фактчекінгу

Основні принципи перевірки. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Перевірка зображень. Перевірка відео. Перевірка новинних подій і надзвичайних ситуацій за допомогою краудсорсінгу.

Використання комп'ютерних програм для верифікації контенту, отриманого від користувачів.

Інструменти перевірки. Використовуючи правила верифікації, студенти повинні зробити аналіз інформації, що стосується української тематики, поданої одним із російських інформаційних ресурсів.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№ з/п	Вид діяльності студента	Макс. кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кільк. одиниць	Макс. кількість балів за вид	Кільк. одиниць	Макс. кількість балів за вид
1	Відвідування лекцій	1	6	6	8	8
2	Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
3	Відвідування практичних занять	1	1	1	6	6
4	Робота на практичному занятті	10	1	10	6	60
5	Робота на семінарському занятті	10	4	40	3	30
6	Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5
7	Виконання модульної роботи	25	2	50	2	50
	Разом			**116**		**162**
	Максимальна кількість балів:	**278**				
	Розрахунок коефіцієнта:	**278:100=2,78**				
	Підсумковий бал	**100**				

6.2. Самостійна робота

№	Назва теми	Кількість годин	Бали
	Змістовий модуль 1. Світові інформаційні агенції як джерело інформації		
1	Скласти таблицю «Сучасні інформаційні агенції»	6	5
2	Підготувати доповідь «Система світових інформаційних агенцій».	4	
3	Підготувати когнітивну карту політичного звернення	4	
4	Провести аналіз документів та підготувати висновок щодо рівня двосторонніх відомостей.	8	
	Змістовий модуль 2. Особливості роботи інформаційних агенцій та друкованих медіа світу		
5	За допомогою методу контент-аналізу підготувати доповідь про стан зовнішньої політики держави за останні півроку.	6	5
6	Провести тижневий моніторинг ЗМІ на зовнішньополітичну тематику	6	
7	Підготувати хронологічний аналіз діяльності світової інформаційної агенції.	4	
8	Провести прагматичний аналіз інформаційного блоку новин відомої світової інформаційної агенції	6	
9	Провести компаративний аналіз висвітлення світової події різними інформаційними агенціями.	8	
10	За допомогою психолінгвістичного аналізу порівняти звернення декілька політичних лідерів стосовно одної міжнародної ситуації	4	
	РАЗОМ	56	10

Критерії оцінювання

Бал	Критерій
5	студент засвоїв теоретичний матеріал, який винесений на самостійну роботу, застосування для оформлення результатів самостійної роботи не тільки рекомендованої, а й додаткової літератури та творчого підходу; чітке володіння понятійним апаратом, теорією; вміння використовувати їх для виконання конкретних практичних завдань, розв'язання ситуацій. Оформлення результатів самостійної роботи повинно бути логічним та послідовним.
4	студент засвоїв теоретичний матеріал з відповідної теми який винесений на самостійну роботу, та наявне вміння орієнтуватися в ньому, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних задач; за умови виконання всіх вимог, які передбачено для оцінки "5 балів", при наявності незначних помилок або не зовсім повних висновків за одержаними результатами. Оформлення виконаного завдання з самостійної роботи має бути послідовним.

3	студент не повністю засвоїв тему для самостійного опрацювання не досконало володіє основними поняттями та положеннями навчальної дисципліни, невпевнено орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, непереконливо відповідає, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність знань.
2-1	студент не опанував навчальний матеріал з відповідної теми для самостійного опрацювання, не знає основних понять і термінів наукової дисципліни, не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, відсутнє наукове або логічне мислення.

6.3. Форми проведення семестрового контролю

Навчальні досягнення студентів з дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа » оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок на семінарських заняттях та під час виконання самостійної роботи, розширення кількості підсумкових балів до 100. Семестровий контроль знань студентів у формі заліку з дисципліни «Світові інформаційні агенції та друковані медіа» здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу 2 –х змістовних модулів.

6.4. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в письмовому вигляді. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля.

Критерії оцінювання

Бал	Критерії
24-25	Студент вирішив всі завдання абсолютно вірно і повно дав відповіді на питання як теоретичного, так і практичного характеру. Логічно і послідовно аргументував і виклав свою точку зору.
20-23	Студент вирішив завдання з 1 помилкою, відповідь на питання містить повне розгорнуте, правильне та обґрунтоване викладення матеріалу, допущено 2-3 помилки при вирішенні практичних завдань.
15-19	Студент правильно і повно вирішив більшість, але не всі завдання, відповідь на запитання є не повністю аргументованою;допускає незначні неточності
10-14	Студент правильно вирішив половину завдань; думка викладена з порушенням логіки подання матеріалу. Студент правильно вирішив ситуацію, проте не зовсім слушно аргументує її, або враховує не всі, а деякі умови ситуації. Вирішує декілька завдань поверхнево.
5-9	Студент вирішив трохи менше половини завдань; може дати визначення юридичного поняття. Відповідь на запитання дає неповно і поверхнево.
0-4	Студент не вирішив більшість завдань або вирішив неправильно; відповіді на питання є неповними; неправильно обґрунтовує своє рішення.

6.5. Орієнтовний перелік питань для модульного контролю.

Модульний контроль 1

1. Сутність та зміст діяльності інформаційні агенції та інші медіа.
2. Історія розвитку інформаційних агенцій.
3. Особливості діяльності сучасних інформаційних агенцій
4. Критерії класифікації інформаційних агенцій.
5. Вплив рейтингу на ефективність роботи інформаційних агенцій.
6. Класифікація суб'єктів медійного простору за інформаційним контентом продукції.
7. Різновиди світових інформаційних агенцій: Agence Press, EPA, ANSA.
8. Сутність та структура світових інформаційних агенцій.
9. Способи організації інформаційно-аналітичних досліджень.
10. Стратегія та принципи інформаційної роботи.
11. Організація інформаційного моніторингу міжнародних процесів та ситуацій.

Модульний контроль 2

1. Загальнонаукові методи досліджень у інформаційних відносинах.
2. Структурний аналіз інформаційних агенцій як складної системи.
3. Аналіз задач та функцій світових інформаційних агенцій.
4. Методи адаптації світових інформаційних агенцій до сучасних вимог.
5. Синхронізація міжнародних і інформаційних процесів.
6. Проблема тотожності контент і івент-аналізу міжнародних процесів.
7. Контент-аналіз зовнішньополітичних документів.
8. Хронологічна карта інформаційних заходів.
9. Узагальнена структура інформаційного продукту відповідно до його призначення.
10. Аналіз зовнішніх атрибутів друкованої інформаційної продукції.
11. Системний аналіз інформаційного блоку новин.
12. Структурно-функціональний аналіз впливу семіотичних факторів на споживача інформації.
13. Кількісний контент аналіз інформаційного медіапродукту.
14. Типи та моделі формування інформаційного повідомлення.
15. Прагматичний аналіз продукції друкованих медіа.
16. Особливості вироблення та перевірки ідеї, яку впроваджено текстом.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	**Кількість балів**
Відмінно	90-100
Дуже добре Добре	82-89 75-81
Задовільно Достатньо	69-74 60-68
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни

Разом: 120 год. З них: лекції – 28 год., семінарські заняття – 14 год., практичні заняття –14 год., самостійна робота – 56 год., модульний контроль – 8 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Модулі (назви, бали)	**Змістовий модуль 1. Світові інформаційні агенції як джерело інформації**				**Змістовий модуль 2. Особливості роботи інформаційних агенцій та друкованих медіа світу**					
Лекції (теми, бали)	1 (2 бал)	2 (1 бал)	3 (1 бал)	4 (2 бал)	5 (1 бал)	6 (1 бал)	7 (1 бал)	8 (2 бал)	9 (2 бал)	10 (1 бал)
Практичні заняття (теми, бали)				4/ 10+1 (бал)	5/ 10+1 (бал)	6/ 10+1 (бал)	7/ 10+1 (бал)	8/ 10+1 (бал)	9/ 10+1 (бал)	10/ 10+1 (бал)
Семінарські заняття	1/ 10+1 (бал)	2/ 10+1 (бал)	3/ 10+1 (бал)	4/ 10+1 (бал)	5/ 10+1 (бал)	6/ 10+1 (бал)			9/ 10+1 (бал)	
Самостійна робота (вид, бали)	*Виконання завдання (10 балів)*									
Поточний контроль (вид, бали)				МК 1,2 50б.						МК 3,4 50б.
Підсумковий контроль (вид, бали)	*Залік (100 балів)*									

8. Рекомендовані джерела

Обов'язкові:

1. Аньєс І. Підручник із журналістики : Пишемо для газет. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянськаакадемія», 2013. – 544 с.
2. Біяк О. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств у міжнародному інформаційному просторі / О. Біяк // Молодий учений. – 2016. - №12 (39). – С. 181-185.
3. Сучасна агенційна журналістика: Довідник для студентів Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / Упор. В. Я. Мирончeнко. – К.: Інститутжурналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. – 148 с.
4. Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г.Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа. − Київ : Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2011. – 529 с.
5. Briggs M. Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing. Fourth Edition. L.A.: SAGE Publishing, 2020. 344 p.
6. Christin A. Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms. Princeton University Press, 2020. 272 p.
7. Ewell J. E., Balmeo M., Hamm R., Austin E. Journalism: Publishing Across Media. Second Ed. Goodheart Willcox Company, 2019. 609 p.

Додаткові:

8. Андрусів В.В. Прогноз в політиці: розуміння, предмет, методологія здійснення / В.В. Андрусів // Теорія і практика політичного аналізу і прогнозування : [Збірник матеріалів] /[За ред. М.М.Розумного]. – К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2006. – 34 с.
9. Бессонова М.М. Висвітлення пандемії COVID-19 інформаційною агенцією L'Agence France-Presse (початок 2020-го р.) // Україна в сучасному світі: Матеріали міжнародної наукової конференції, 18-19 червня 2020 р. – Суми: Навчально-науковий інститут історії та філософії Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка, 2020. – С. 84-87.
10. Бессонова М.М. Стереотипи про Канаду у сучасномумедіапросторі / Бессонова М.М. // По той бік Дніпра: вплив контраверсійних образів «іншого українця» на формування ментальних кордонів : Науковий збірник / За заг. ред. д.і.н., проф. М.О. Фролова – Запоріжжя : Інтер-М, 2015. – С. 174- 178.
11. Бессонова М.М. Проблематика «пропаганди» у канадському інформаційному просторі // Феномен пропаганди та антипропаганди у сучасному світі: історико-політологічний дискурс / Колективна монографія за науковою редакцією Г.М. Васильчука, О.М. Маклюк, М.М. Бессонової – Запоріжжя : Інтер-М, 2018. – С. 204-211.
12. Больц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. − 177 с.

13. Гарматій О. Діяльність провідних інформаційних агентств на телевізійних ринках як складова глобальних інформаційно- комунікаційних процесів / О.Д. Гарматій // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – № 15. – С. 3-8.

14. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. − Київ: ТОВ "Софія-А", 2016. − 184 с.

15. Дацків І. Інформаційно-аналітична діяльність світових інформаційниї агентств / І. Дацків, А. Гринчишин // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2016. – Вип. 4 (04). – С. 25-29.

16. Етика, парламент, журналісти: міжнародні стандарти та досвід взаємодії : зб. док. Пер. з іноз. мов : І. В. Ворошилова, О. С. К. 2017. 155 с.

17. Жиленко І. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, УКРІНФОРМ / І.Р. Жиленко, О.О. Трубачова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Сімферополь, 2011. – Т. 24 (63), № 4, ч. 1. – С. 409-414.

18. Йоганнес Л. Інвестигативний пошук / За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. А. Баканов, В. Климченко. − Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. − 266 с.

19. Климнюк Т. "Reuters" – провідне інформаційне агентство світу / Т.А. Климнюк // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2010. – № 21. – С. 115–118.

20. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2004.
– 160 с.

21. Михайлов А. І. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» : буклет / А. І. Михайлов. — К. : Укркоопреклама,2003. — 28 с.

22. Пандемія COVID-19 в ЄС: егоїзм, солідарність чи поширення впливу? (За ред. Вдовиченко В.А.). Аналітична записка програм Регіональних ініціатив та сусідства та Європейських студій Ради зовнішньої політики "Українська призма". Київ, 2020 – 55 с.

23. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. − 120 с.

24. Саприкін О. Сучасні інформаційні агентства : підручник / О. А. Саприкін. − К. : НАКККіМ, 2014. − 392 с. 29

25. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. – Спб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 382 с.

26. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції / Г. Скуртул // Обрії друкарства. –2018. − №1 (6). – С. 201- 208.

27. Срібняк І. Інформаційна агенція «Рейтер»: виникнення, особливості розвитку, сучасний стан / І. Срібняк // Літературний процес : методологія, імена, тенденції. – 2014.

− №3. – С.65-69.

28. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова − К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. − 358 с.

29. Фоменко В. Основні етапи виходу інформаційного агентства Укрінформ на ринок економічних новин (1990-2010) / В. К. Фоменко // Вісник ХНУ. − Серія Соціальні комунікації. − 2010. − № 903. − С. 89- 94.

30. Фоменко В. Укрінформ: на шляху від об'єкта до суб'єкта світового новинного простору / В. Фоменко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». – 2016. – № 10. – С. 54-59.

31. Hatcher W. A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation During the COVID-19 Pandemic // The American Review of Public Administration. Volume: 50 issue: 6-7, page(s): 614-620.

32. Jayaseelan R., Brindha D., Kades W. Social Media Reigned by Information or Misinformation About COVID-19: A Phenomenological Study. May, 2020. 32 p.

33. Morini M. Lessons from Trump's Political Communication: How to Dominate the Media Environment. Palgrave, 2020. 122 p.

34. Mutua, S. N., Ongonga, D. O. (2020). Online News Media Framing of COVID-19 Pandemic: Probing the Initial Phases of the Disease Outbreak in International Media. European Journal of Interactive Multimedia and Education, 1(2). 24 p.

35. Political Communication and COVID-19 Governance and Rhetoric in Times of Crisis. Edited By Darren Lilleker, Ioana A. Coman, Miloš Gregor, Edoardo Novelli. Routledge, 2020. 290 p.

36. Vdovychenko V. Tactical shifting to the COVID-19 second wave outbreak in the news of the Italian news agency ANSA // Теоретичні та практичні аспекти соціально-економічних наукових досліджень: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 30 жовтня 2020 р). Київ : Східноєвропейський центр наукових досліджень, 2020. p. 61- 64.