

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра соціології



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету

 Олена МУРАДЯН

30 червня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Глобалізація медіа
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
галузь знань 06 - ЖУРНАЛІСТИКА
спеціальність 061 - Журналістика
освітня програма «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»
спеціалізація _____
вид дисципліни обов'язкова
факультет соціологічний

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою соціологічного факультету

28 червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Голіков Олександр Сергійович, доктор соціологічних наук, доцент, професор закладу вищої освіти кафедри соціології соціологічного факультету

Програму схвалено на засіданні кафедри соціології

Протокол № 7 від 22 червня 2023 року

В.о. завідувачки
кафедри соціології



Людмила СОКУРЯНСЬКА

Програму погоджено з науково-методичною комісією соціологічного факультету

Протокол № 9 від 26 червня 2023 року

Голова науково-методичної комісії
соціологічного факультету



Юлія СОРОКА

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Глобалізація медіа» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю» підготовки бакалаврів спеціальності 054 – Соціологія.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Мета дисципліни: дослідження процесів глобалізації як чиннику трансформації медіа та їхнього функціонування. Особлива увага приділяється політичним та культурним вимірам глобалізації, процесам зміни простору і часу під впливом глобалізації, становленню глобального інформаційного ринку, а також статусу медіафахівця в глобальному та локальному медіапросторі.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

Основними завданнями вивчення дисципліни “Глобалізація медіа” є

- ознайомити студентів з головними підходами до розуміння феномену глобалізації у сучасній науці;
- розкрити зміст основних аспектів глобалізації: економічного, політичного, культурного, та, зокрема, інформаційного;
- продемонструвати студентам основні перспективи розвитку вітчизняних мас-медіа в контексті глобалізації інформаційного простору.
- розкрити сутність феноменів та процесів глобалізації медіа;
- визначити теоретичний потенціал соціології у дослідженні медіа феноменів та процесів;
- освоїти методологію релятивізуючого погляду на медіа та на глобальність оточуючого світу як системи відносин

1.3. Кількість кредитів – 4 кредити

1.4. Загальна кількість годин – 120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	2-й
Семестр	
3-й	3-й
Лекції	
14 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
14 год.	4 год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
92 год.	112 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
Контрольна робота 1	Контрольна робота 1

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, Стандарту вищої освіти спеціальності за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика (затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 р. № 864 зі змінами наказ МОНУ № 593 від 28.05.2021 року) здобувачі вищої освіти повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Загальні компетентності визначені стандартом вищої освіти спеціальності та визначені університетом:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.

ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

Фахові компетентності визначені стандартом вищої освіти спеціальності та визначені університетом:

ФК03. Здатність створювати медіапродукт.

ФК04. Здатність організувати й контролювати командну професійну діяльність.

ФК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

ФК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти спеціальності та визначені університетом:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.

ПР07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.

ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.

- ПР09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.
- ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.
- ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук.
- ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
- ПР16. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
- ПР17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.
- ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікативних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

Студент має знати:

- основні теоретичні концепції в області глобалізації медіа;
- структурні та практичні ефекти глобалізації в медіадіяльності;
- основні категорії та поняття, за допомогою яких можна досліджувати процеси та феномени глобалізації медіа;
- ключові методологічні можливості та обмеження, що виникають при дослідженні даної проблематики;

Студент має вміти:

- аналізувати функціонування медіа та їхній статус в процесах глобалізації;
- досліджувати процеси комодифікації, гібридизації, конвергентизації медіа в умовах глобального світу;
- аналізувати владні, політичні, економічні, дискурсивні, культурні виміри глобалізації медіа;
- здійснювати експертизу представленості соціальних груп, соціокультурних реалій, економічних інтересів, політичних стратегій в умовах глобалізації медіа.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Глобалізація як процес, проблема та виклик

Вступ. Глобалізація як процес встановлення нової якості людського буття у якості цілісної загальнолюдської спільноти. Глобалізація та глобальність. Проект світового суспільства.

Головні парадигми глобалізації. Типи глобалізаційних теорій: теорія модернізації (глобалізація як лінійний процес) та вестернізація; «світ-системна» теорія І. Валерстайна, модель «світової культури» (М. Арчер, М. Феверстоун, Р. Робертсон), теорія глобального суспільства Е. Гідденса, теорія «суспільства знань» (Н. Стер).

Соціологічний, політологічний, культурологічний, економічний, географічний підходи до вивчення глобалізації: їх можливості та обмеження. Глобалістика як проект інтегративної міждисциплінарної науки.

Витоки глобалізації та множинність її проектів. Прообрази глобалізації. Стародавні імперії (зокрема Римська). Осмислення можливості єдності усього людства у світових релігіях. Зв'язок світових релігій зі стародавніми імперіями та імперською ідеологією. Релігійні війни як спроби здійснення проекту релігійної глобалізації. Становлення торгових імперій та корпорацій на межі Відродження / Новий Час. Колоніальна система та новоевропейський політичний ідеал.

Глобалістичний потенціал філософської думки модерну. Множинність проектів глобалізації. Становлення двох конкуруючих глобалізаційних проектів у ХХ ст.: «Комуністичного» та «Ліберального»; теоретична рефлексія та спроби їх реалізації. Конкуренція між цими двома проектами у історії ХХ ст., форми та методи цієї конкуренції, «Холодна війна».

Глобальне та локальне, «глокалізм» та регіоналізація, фрагментаризація.

«Глобальне село» М. Маклюена. «Глобальний гемайншафт» або «глобальний гезельшафт»?

Глобальні проблеми у сучасному світі. Політичний характер визначення глобальних проблем. Полеміка щодо вирішення глобальних проблем людства.

Тема 2. Комунікативні виміри глобалізації: роль медіа в глобалізаційних процесах

Розвиток засобів комунікації як невід'ємна умова, що робить глобалізацію можливою. «Гарячі» та «холодні медіа» (М. Маклюен).

Глобалізація і простір. Иррелевантність простору у глобальному світі та неонімадизм (З. Бауман). «У-топічність» глобального простору (Л. Іонін). ЗМІ та «когнітивна картографія». Медіарепрезентація глобального простору.

«Нерепрезентативна репрезентація»: репрезентація як імітування та репрезентація як конструювання, репрезентація уявного у ЗМІ. «Спільноти без місця» та «місця без спільнот».

Глобалізація та час, «реальний час» як час синхронного спілкування та соціокультурні наслідки виникнення та розповсюдження цього феномену.

Термінологічні низки: «нові медіа», «комп'ютерно-опосередковані комунікації», «цифрові медіа», «соціальні медіа». Підходи до визначення понять

та їх співвідношення. Інтерактивність та принципи «one to many», «many to many».

Нові форми соціальної стратифікації та «інформаційна нерівність».

Тема 3. Політика, економіка, культура глобалізації як чинники трансформації медіа

Теорії постіндустріального (Д. Бел) та інформаційного (Е. Тоффлер) суспільства, їх критика.

Світовий ринок. Ідеологія неолібералізму, її прибічники та критики. Протекціонізм та його критика.

Глобалізація й мобільність капіталу. Глобалізація виробництва та її проблеми. Глобальний розподіл праці, глобальна нерівність, глобальний класовий розподіл і його теоретичні моделі.

ТНК у сучасній світовій економіці. Глобальні економічні інституції (МВФ, ВБ, МОТ, ВТО): їх роль у світовій економіці, стратегії та важелі впливу. Глобальна конкуренція та монополії.

Глобальний менеджмент. Модель «макдональдизації» Дж. Рітцера. Принципи «макдональдизації».

Виробництво та спекулятивний капітал у глобальному світовому просторі. Емансипація капіталу від виробництва.

Екологічні наслідки глобалізації.

Тема 4. Медіа в умовах глобального світу: інтерактивність та інтерпасивність

Глобалізація та вестернізація культури. Культурна макдональдизація. Формування системи глобальних культурних символів як єдиної «мови» у глобальному світі. Становлення глобальної культури. Масова та елітарна культура: розмивання межі.

Глобалізація та індустріалізація. «Глобальне місто» та село у ситуації глобалізації.

Кроскультурні комунікації. Культурний шок та стратегії його вирішення. Культурна гібридизація. Мультикультуралізм. Музейзація культури (Г. Люббе).

Комерціалізація культури. Експансія культурної індустрії у світ повсякденності та «колонізація життєвого світу» (Ю. Хабермас). Туристична індустрія й «диснеїфікація» національних культур (Ф. Джеймсон) внаслідок перетворення національної культури на споживацький товар. Фрагментаризація. Культурний фундаменталізм як відповідь на виклики глобалізації. Інституціоналізація етнічних соціокультурних практик як спроба відгуку на виклики глобалізації. Наднаціональні інституції, що здійснюють управління культурою.

Релігійна глобалізація та нові форми релігійності. Глобалізація та «неоархаїка».

Глобалізація науки та освіти, формування та функціонування єдиного наукового й освітнього простору. Транснаціональні наукові спільноти. Світові наукові центри та відтік інтелектуального капіталу.

Болонський процес. Споживання знань. Віртуалізація освіти. Комерціалізація освіти та освіта за «логікою супермаркету».

Тема 5. Медіаімперіалізм (О. Бойд-Барретт), інфоколоніалізм, медіакапіталізм, «макдональдизація» медіа та медіаексплуатація

Глобалізація та глобалізм. Мондіалізм. Альтерглобалізм та антиглобалізм.

«Нові праві» та «консервативний інтернаціонал».

Суверенітет. Проблема національних держав. Постнаціональна політика та її інституції. Наднаціональна політика. Транснаціональна (супранациональна) політика. ТНК, компраторська буржуазія та лобіювання їх інтересів завдяки використанню апарата національної держави. Європейське співтовариство.

«Глобальне управління» (global governance). Основні глобальні політичні інститути та перспектива становлення світового уряду. Спектакуляризація (Г. Дебор) публічної політики у глобальному масштабі. Форми спектаклю: розпилений, концентрований та інтегрований.

Концепції «IV-ї світової війни» (субкоманданте Маркос) та «Імперії» (А. Негрі та М. Хардт). Конспірологічна версія глобалізації та її критика. Традиціоналізм і євразійство.

Глобалізація насильства. Воєнна глобалізація, постнаціональні війни та глобальна безпека. Тероризм як глобальна проблема.

Тема 6. Соціальні мережі у глобальному просторі

Технологічна глобалізація. Інтернет як простір, глобальний за своєю природою та його фрагментаризація. Нові форми соціальності, що творяться електронними соціальними мережами. Нові можливості у формуванні соціальної солідарності, нові медіа та новий потенціал «утопічного проекту соціальної емансипації» (У. Еко).

Концепція М. Кастельса та теорія нетократії (А. Бард). Модель дигітального суспільства (П. Глотц).

Масова та народна культура: розмивання межі, нові спільноти та новий «фольклор» у електронних мережах.

Соціальний капітал у соціальних мережах. Соціальний контроль у електронних мережах: основні агенти, суб'єкти, механізми та важелі.

Медіа-опір глобалізаційним процесам та соціальні мережі анти(альтер)глобалістів. Інформаційний та медіа-тероризм.

Тема 7. Глобальність як цілісний ринок: інформація, послуги, увага, інфотовар

Перетворення інформації на товар як найважливіша тенденція сучасності, інформаційний капіталізм.

Загальні тенденції сучасного інформаційного виробництва. Централізація та уніфікація. Світові центри виробництва інформації.

Глобальна інформація та її ретрансляція регіональними інформаційними центрами. Регіональна інформація та її виробництво.

Проблема соціального замовлення та цензури, її особливості на глобальному, національному і регіональному рівні. Ідеологічне конструювання у глобальному масштабі, його стратегії та суб'єкти. Політики репрезентації та вилучення з простору глобальної репрезентації.

Неформалізовані інформаційні ресурси й мережі. Розповсюдження

проблемної інформації та соціальний контроль.

Тема 8. Медіаспоживання та медіаекспертиза

Глобалізація споживання. Споживання – сутність поняття. Феномен консюмеризму.

Концепт «суспільство споживання» та його інтерпретації. Символічне споживання та його історичні форми. Т. Веблен про способи демонстрації соціального успіху у різних соціокультурних системах. Режимидемонстративного споживання у різних соціокультурних системах. Ритуалізоване демонстративне споживання в архаїчній та традиційній культурі, санкції щодо порушників. Канонічне демонстративне споживання за часів Модерну. Роль гри у сучасному споживанні. Мода як семіотична система, її структура. Становлення та розвиток моди. «Банальний космополітизм» (У. Бек).

Реклама та PR у сучасному світі. Емансипація капіталу від виробництва. Брендінг товарів та послуг у глобальному масштабі. Спокуса (Ж. Бодрійяр) і нав'язування.

Стиль життя та споживання. Стильова диференціація суспільства й глобалізація стилів життя. Уніфікація споживацьких практик та орієнтацій та глобальна нерівність у споживанні. Парадокси споживацької поведінки у бідних країнах, «суб'єктивний середній клас» у гонитві за західними стандартами споживання.

Тема 9. Медіафахівець як фігура, діяч, проблема

Мотивація праці у глобальному суспільстві та її диференціація. Матеріалістичні та посматеріалістичні цінності.

Творча та виконавча робота у інформаційній галузі. Пролетаризація інтелектуальної та творчої праці як загальна тенденція сучасності. Логіка конвеєрного виробництва у культуротворчої діяльності. Анонімність автора, проблеми авторства та відповідальності.

Професіональна діяльність та аматорство: розмивання межі у сучасній медіадіяльності (блогінг та ін.).

Нові форми зайнятості та експлуатації. Глобальний розподіл праці у сфері виробництва інформації, його виміри. Мобільність праці, трудова міграція.

«Фрі-ланс» та телепраця.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви модулів і тем	Кількість годин						Кількість годин					
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	Л	П	лаб	інд	ср	Усього	Л	П	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Глобалізація як процес, проблема та виклик		1	2			9		1				12
Тема 2. Комунікативні виміри глобалізації: роль медіа в глобалізаційних процесах		2	1			9			1			12
Тема 3. Політика, економіка, культура глобалізації як чинники трансформації медіа		1	2			10		1				13
Тема 4. Медіа в умовах глобального світу: інтерактивність та інтерпасивність		2	2			9			1			12
Тема 5. Медіаімперіалізм (О. Бойд-Барретт), інфоколоніалізм, медіакапіталізм, «макдональдизація» медіа та медіаексплуатація		2	1			9		1				12
Тема 6. Соціальні мережі у глобальному просторі		1	2			9			1			12
Тема 7. Глобальність як цілісний ринок: інформація, послуги, увага, інфотовар		2	1			9		1				12
Тема 8. Медіаспоживання та медіаекспертиза		2	1			9			1			12
Тема 9. Медіафахівець як фігура, діяч, проблема		1	2			9						15
Усього годин	120	14	14			82	120	4	4			112

4. Теми семінарських занять

№	Назва теми	Денна	Заочна
1	<p>Тема 1. Глобалізація як процес, проблема та виклик</p> <p>1. Основні наукові дисципліни, що вивчають глобалізацію. Специфіка кожної з них. Можливості. Обмеження.</p> <p>2. Глобальне та локальне у сучасному світі.</p> <p>3. Які ви знаєте глобальні проблеми сучасності? Чому саме їх можна вважати глобальними?</p> <p>4. Об'єктивне та суб'єктивне у процесі глобалізації. Чи є зацікавлені у здійсненні цього процесу?</p> <p>Обговорення проблем та тематик, поставлених у низці публікацій:</p> <p>1. Кись Р. Глобалізація, локалізація, глокалізація // Глобалізація, Європейський Союз та Україна. Незалежний культурологічний часопис. – 2000. – Вип. 19. – С. 224-233.</p> <p>2. Чешков М. Глобалізація: сутність, сучасна фаза, перспективи // Глобалізація, Європейський Союз та Україна. Незалежний культурологічний часопис. – 2000. – Вип. 19 – С. 178-193.</p>	2	

2	<p>Тема 2. Комунікативні виміри глобалізації: роль медіа в глобалізаційних процесах</p> <p>1. Роль ЗМІ у процесі глобалізації: пасивний (репрезентація) та активний (конструювання) її аспекти. Уявний та реальний глобальний простір.</p> <p>2. Що таке комунікація у «реальному часі»? Які зміни у соціальній практиці вона інспірує?</p> <p>3. Як Ви розумієте фразу З. Баумана «Осілою більшістю управляє кочовою екстериторіальна еліта»? Завдяки чому це стає можливим? Які у цього наслідки?</p>	1	1
3	<p>Тема 3. Політика, економіка, культура глобалізації як чинник трансформації медіа</p> <p>1. Які передумови економічної глобалізації вам відомі?</p> <p>2. Глобальний розподіл праці: його причини та наслідки.</p> <p>3. Уніфікація споживання у світі.</p> <p>4. Глобальна диференціація споживацької поведінки.</p> <p>5. Об'єктивні причини політичної глобалізації.</p> <p>6. Хто є найбільш зацікавленою стороною у цьому процесі? Хто від нього виграє, хто потерпає?</p> <p>7. Чи можлива ефективна практика антиглобалізму? Альтерглобалізму?</p> <p>8. У чому причини сучасної популярності конспірології?</p>	2	
4	<p>Тема 4. Медіа в умовах глобального світу: інтерактивність та інтерпасивність</p> <p>1. Чи обов'язково культурна глобалізація реалізується як вестернізація культури? Чому?</p> <p>2. Чи можливе створення та відтворення елітарної культури у контексті глобального ринку культурного споживання?</p> <p>3. Чи можливе гармонійне існування народної культури за умов глобалізації?</p> <p>4. Які є позитивні та негативні наслідки від глобалізації для науки та освіти?</p>	2	1
5	<p>Тема 5. Медіа імперіалізм (О. Бойд-Барретт), інфоколоніалізм (Е. Галумов), медіа капіталізм, «макдональдизація» медіа та медіа експлуатація</p> <p>Обговорення проблем, поставлених у наступних публікаціях:</p> <p>1. Кляйн Наомі. Без брендів. «Глушіння масової культури». Повернути собі вулиці //</p> <p>2. Негрі Антоніо. Імперія .</p> <p>3. Кляйн Наомі. Розділ другий. Бренди розширюються.</p> <p>4. Тейлор Марк. Покоління Next: студент епохи постмодерну</p> <p>5. Дебор Гі. Завершене розділення.</p>	1	
6	<p>Тема 6. Соціальні мережі у глобальному просторі</p> <p>1. Інтернет – це ЗМІ або ні?</p> <p>2. Вплив мережі «Інтернет» на життєдіяльність сучасної людини: які позитивні та негативні аспекти можна виділити?</p> <p>3. Інтернет як фактор соціальної рівності. Інтернет як диференціюючий фактор: ресурси та капітали.</p> <p>4. Інформаційний та медіа-тероризм. Чи дійсно є така загроза? Якими наслідками загрожують ці явища?</p>	2	1
	<p>Тема 7. Глобальність як цілісний ринок: інформація, послуги, увага, інфотовар</p> <p>Обговорення проблем, поставлених у наступних публікаціях:</p> <p>Мей К. Інформаційний капітал, власність і робоча сила / Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / Пер. З англійської. / Кристофер Мей. – К. : «К.І.С.», 2004. С. 141 – 180.</p> <p>Мей К. Що таке глобальне інформаційне суспільство? / Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / Пер. З англійської. / Кристофер Мей. – К. : «К.І.С.», 2004. С. 1–58.</p>	1	

	Тема 8. Медіаспоживання та медіаекспертиза Виконання та презентація результатів, а також відкрита дискусія за результатами наступного завдання: «Здійсніть експертизу медіарепрезентації глобалістської та інших ідеологій у реальних медіатекстах. Визначте основні особливості репрезентації та очікувані медіа виробниками способи та техніки медіаспоживання. Проаналізуйте ці тексти у загальному контексті ідеологічної репрезентації. За можливості наведіть типові способи медіа споживання таких текстів»	1	1
	Тема 9. Медіафахівець як фігура, діяч, проблема 1. Праця у режимі «фрі-ланс»: свобода чи нова форма експлуатації? 2. Які процеси отримали назву «пролетаризація інтелектуальної праці»? 3. Чи є у сучасній медіапрактиці цензура? Якщо є, яка її специфіка усучасному світі? У сучасній Україні? Які нові можливості відкриваються перед медіапрактиком завдяки новітнім технологіям? Які моральні та етичні проблеми виникають завдяки цьому та як їх слід вирішати?	2	
	Усього	32	32

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи
1.	Підготовка до семінарських занять, прочитання першоджерел зі списку літератури
2.	Підготовка тексту індивідуального науково-дослідницького проекту.
5.	Проведення емпіричного дослідження.
3.	Підготовка захисту та презентації індивідуального науково-дослідницького проекту.

Під час самостійного опрацювання матеріалу студенти знайомляться з першоджерелами і працями дослідників, збирають матеріали для доповідей на семінарських заняттях, готуються до написання модульних тестових контрольних робіт, виконують творчу роботу у формі есе, готуються до написання підсумкової залікової роботи у формі тестів.

Студентові рекомендується:

☞ Законспектувати матеріали лекцій та основну літературу, рекомендовану до розгляду на семінарських заняттях.

☞ Підготувати тези та виступити з доповіддю за однією з тем, які розглядаються на семінарських заняттях.

☞ Брати активну участь в обговоренні проблемних питань курсу під час семінарських дискусій.

Студентові необхідно:

✦ Підготувати індивідуальну навчально-дослідну роботу (робота здається на кафедру в електронному і роздрукованому варіантах) та публічно презентувати її.

✦ Підготуватися до написання підсумкової (залікової) письмової роботи у формі тестів.

Види навчальної діяльності (змішане навчання)

Лекції					
	Класифікація	Попередня підготовка	Подача нової інформації	Тренування	Зворотній зв'язок
Тема 1. Глобалізація як процес, проблема та виклик	Вступна	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 2. Комунікативні виміри глобалізації: роль медіа в глобалізаційних процесах	Оглядова	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 3. Політика, економіка, культура глобалізації як чинники трансформації медіа	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Робота з кейсами; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 4. Медіа в умовах глобального світу: інтерактивність та інтерпасивність	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Робота з кейсами; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 5. Медіаімперіалізм (О. Бойд-Барретт), інфоколоніалізм (Е. Галумов), медіакапіталізм, «макдональדיзація» медіа та медіаексплуатація	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 6. Соціальні мережі у глобальному просторі	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; ● Робота з кейсами; ● Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу
Тема 7. Глобальність як цілісний ринок: інформація, послуги, увага, інфотовар	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> ● Тексти; ● відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> ● Питання для самоперевірки; 	<ul style="list-style-type: none"> ● Запитання; ● Обговорення навчального матеріалу

Тема 8. Медіаспоживання та медіаекспертиза	Інформаційна (тематична)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> Тексти; відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> Питання для самоперевірки; Робота кейсами; Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Запитання; Обговорення навчального матеріалу 	
Тема 9. Медіафахівець як фігура, діяч, проблема	Завершальна (підсумкова)	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	<ul style="list-style-type: none"> Тексти; відеоконференція 	<ul style="list-style-type: none"> Питання для самоперевірки; Робота кейсами; Пошук відповідей на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Запитання; Обговорення навчального матеріалу 	
Семинари						
	Вид навчальної діяльності	Попередня підготовка	Виконання практичного завдання	Оцінювання	Рефлексія	Зворотній зв'язок
Розділ 1. Сім'я як об'єкт досліджень соціологічної науки						
Тема 1. Глобалізація як процес, проблема та виклик	Діяльність в аудиторії	Опитування			Діалог, групове обговорення	<ul style="list-style-type: none"> Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 2. Комунікативні виміри глобалізації: роль медіа в глобалізаційних процесах	Діяльність в аудиторії		Завдання, що виконуються під час семінарських занять	<ul style="list-style-type: none"> Опитування; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 3. Політика, економіка, культура глобалізації як чинники трансформації медіа	Онлайн-діяльність		Завдання, що виконуються під час семінарських занять	<ul style="list-style-type: none"> Опитування; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 4. Медіа в умовах глобального світу: інтерактивність та інтерпасивність	Діяльність в аудиторії		Завдання, що виконуються під час семінарських занять	<ul style="list-style-type: none"> Опитування; 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 5. Медіаімперіалізм (О. Бойд-Барретт), інфоколоніалізм (Е. Галумов), медіакапіталізм,	Онлайн-діяльність		<ul style="list-style-type: none"> Пошук відповідей на питання; різномірне індивідуальні та групові завдання (звіт, презентація, проект) 	<ul style="list-style-type: none"> Усна відповідь; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	<ul style="list-style-type: none"> Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача

«макдональдизація» медіа та медіаексплуатація			тощо)			
Тема 6. Соціальні мережі у глобальному просторі	Діяльність в аудиторії		<ul style="list-style-type: none"> Пошук відповідей на питання; різномірне ві індивідуальні та групові завдання (звіт, презентація, проект тощо) 	<ul style="list-style-type: none"> Усна відповідь; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 7. Глобальність як цілісний ринок: інформація, послуги, увага, інфотовар	Діяльність в аудиторії		різномірне ві індивідуальні та групові завдання (звіт, презентація, проект тощо)	<ul style="list-style-type: none"> Усна відповідь; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 8. Медіаспоживання та медіаекспертиза	Онлайн-діяльність		різномірне ві індивідуальні та групові завдання (звіт, презентація, проект тощо)	<ul style="list-style-type: none"> Усна відповідь; виконання практичного завдання 	<ul style="list-style-type: none"> Діалог, групове обговорення; короткі усні відповіді на питання 	Групові консультації; коментарі під час заняття від викладача
Тема 9. Медіафахівець як фігура, діяч, проблема	Діяльність в аудиторії		<ul style="list-style-type: none"> Презентація індивідуального дослідницького проекту 	<ul style="list-style-type: none"> Усна відповідь; виконання практичного завдання 	Розроблення нотаток до лекцій	<ul style="list-style-type: none"> Автоматизовані тести для самоконтролю; оцінювання викладачем результатів групової співпраці

6. Індивідуальні завдання

Навчальним планом не передбачено

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни використовуються словесні методи: лекції, пояснення, бесіди, колективні та індивідуальні дискусії, робота з навчальною та науковою літературою. Також під час викладання дисципліни використовуються методи учбового дослідження: спостереження, контент-аналіз, дискурс-аналіз, кабінетне дослідження.

8. Методи контролю

Виконання контрольної роботи, написання звіту з самостійного науково-дослідного проекту, підготовка залікових робіт. *Підсумковий контроль з курсу здійснюється у системі Moodle.*

9. Схема нарахування балів

Поточне тестування та самостійна робота									Підсумковий семестровий контроль (екзамен)	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9		
- Виконання проміжної контрольної роботи (до 10 балів) - Робота із базовими текстами (до 10 балів) - Робота в аудиторії (до 20 балів) - Написання дослідницького проекту (до 20 балів)									40	100

Для допуску до підсумкового семестрового контролю потрібно набрати 30 балів.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70 – 89	добре	
50 – 69	задовільно	
1 – 49	незадовільно	не зараховано

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Вимоги до робіт:

– роботи з курсу «Глобалізація медіа» виконуються на двох рівнях – рівні тексту та рівні субтексту, де

А) на першому оцінюється логіка викладу, природність тексту, авторська включеність та задіяність, самостійність, глибина опрацювання матеріалу, оригінальність, пов'язаність тексту з матеріалом курсу, обсяг та грамотність тексту;

Б) на другому оцінюється кількість задіяних джерел, фундаментальність їх опрацювання, релевантність їх тексту, якість задіяних джерел, їх відповідність запропонованій літературі з курсу, різноманіття задіяних джерел та способів їх задіявання в субтекст.

– обсяг тексту, який задається викладачем, є рекомендованим, та допускає коливання в межах +/-10% від заданого обсягу без зниження оцінки;

– самостійність тексту має бути не меншою, аніж 90%, згідно з даними спеціалізованих програм з перевірки автентичності; у іншому випадку робота не приймається до розгляду;

– загальними вимогами для всіх робіт є: пунктуальність (хронологічна відповідність) подання роботи; якість виконання та оформлення; авторський та оригінальний підхід до роботи, її оформлення та подання; самостійність та автентичність; відповідність матеріалам та змісту курсу «Глобалізація медіа».

Оцінка за роботу з курсу «Глобалізація медіа» складається з таких критеріїв:

- своєчасність, пунктуальність, охайність, точність врахування вимог – до 10% оцінки; зокрема – робота має бути надіслана на е-мейл викладача golikov@karazin.ua згідно з наданими викладачем термінами та розкладом курсу;
- зануреність до курсу, його проблематики, понять та методології – до 20% оцінки;
- чітко виражена авторська позиція, самостійність виконання, оригінальність погляду – до 20% оцінки;
- наявність фундованості на науковій літературі, змістовні та релевантні посилання, цитування, використання ідей – до 30% оцінки;
- використання ілюстративних та аргументативних матеріалів, емпіричних даних, авторських чи вторинних даних – до 20% оцінки.

10. Рекомендована література

Підручники, навчальні посібники

1. Saskia Sassen. A Sociology of Globalization [1 ed.]. W. W. Norton & Company, 2007. 316 pp.
2. Соціологія глобалізації : навчальний посібник / М. Д. Култаєва та ін. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2007.
3. Dal Yong Jin. The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization. Routledge, 2021. 315 pp.
4. Maureen C. Minielli, Marta N. Lukacovic, Sergei A. Samoilenko, Michael R. Finch, Deborah Uecker. Media and Public Relations Research in Post-Socialist Societies. Lexington Books, 2021. 274 pp.

Основна література

1. Victoria D. Alexander, Samuli Hägg, Simo Häyrynen, Erkki Sevänen (eds.) Art and the Challenge of Markets. Volume 1: National Cultural Politics and the Challenges of Marketization and Globalization [1 ed.]. Palgrave Macmillan, 2018. XXII, 348 pp.
2. Фукуяма Ф. Глобалізація безкінечна. *Глобалізація, Європейський Союз та Україна. Незалежний культурологічний часопис*. 2000. Вип. 19. С. 36–41.
3. Шейко В. М., Богуцький Ю.П. Формування основ культурології в добу цивілізаційної глобалізації (друга половина XIX – початок XXI ст.) Київ : Генеза, 2005. 592 с.
4. Luke Martell. The Sociology of Globalization [2 ed.]. Polity, 2016. 300 pp.
5. Chris Rumford. Cosmopolitan Spaces: Europe, Globalization, Theory [1 ed.]. Routledge, 2008. 178 pp.
6. Vincent Rouzé. Cultural Crowdfunding Platform: Capitalism, Labour And Globalization [1st Edition]. University Of Westminster Press, 2020. 128 pp.
7. Sumanth Inukonda. Media, Nationalism and Globalization: The Telangana Movement and Indian Politics [1 ed.]. Routledge India, 2019. 170 pp.
8. Martinez Jossianna Arroyo. Caribes 2.0: New Media, Globalization, and the Afterlives of Disaster. Rutgers University Press. 2023. 198 p.
9. Jin Dal Yong. The Routledge Handbook of Digital Media and Globalization. Routledge. 2022
10. Rouzé Vincent. Cultural Crowdfunding Platform: Capitalism, Labour And Globalization [1st Edition]. University Of Westminster Press. 2020. 128 p.
11. Jin Dal Yong. Globalization and Media in the Digital Platform Age [1 ed.]. Routledge. 2019. 184 p.
12. Schroeder Ralph. Social Theory: After The Internet Media, Technology, And Globalization [1st Edition]. UCL Press. 2018. 210 p.

13. Murphy Patrick D. *The Media Commons: Globalization and Environmental Discourses*. University of Illinois Press. 2017. 200 p.
14. Rao Shakuntala, Herman Wasserman (eds.). *Media Ethics and Justice in the Age of Globalization*. Palgrave Macmillan UK. 2015. 233 p.
15. Parikka Tuija. *Globalization, Gender, and Media : Formations of the Sexual and Violence in Understanding Globalization*. Lexington Books/Fortress Academic. 2015. 141 p.
16. Mirrlees Tanner. *Global Entertainment Media: Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization*. Routledge. 2013. 320 p.
17. Aneesh, Lane; Hall, Patrice Petro. *Beyond Globalization: Making New Worlds in Media, Art, and Social Practices*. Rutgers University Press. 2011. 246 p.
18. Mellor Noha, Muhammad Ayish, Nabil Dajani, Khalil Rinnawi. *Arab Media: Globalization and Emerging Media Industries*. Polity Press. 2011. 218 p.
19. Mjos Ole J. *Routledge Advances in Internationalizing Media Studies*
20. *Media Globalization and the Discovery Channel Networks*. Routledge. 2009. 224 p.
21. Schlogl Lukas. *Routledge Research in Digital Media and Culture in Asia*
22. *Digital Activism and the Global Middle Class: Generation Hashtag*. Routledge. 2022. 208 p.
23. Meese James, Sara Bannerman. *The Algorithmic Distribution of News: Policy Responses*. Palgrave Macmillan. 2022. 316 p.
24. Osgerby Bill. *Youth Culture and the Media: Global Perspectives [2 ed.]*. Routledge. 2021. 267 p.
25. Kamalipour Yahya R.; Cees J. Hamelink. *Global Media Perceptions of the United States: The Trump Effect*. Rowman & Littlefield International Ltd. 2021. 327 p.
26. Hoover Stewart M. (editor); Nabil Echchaibi (editor). *Media and Religion: The Global View*. De Gruyter. 2021. 233 p.
27. Túñez-López Miguel (editor), Francisco Campos-Freire (editor), Marta Rodríguez-Castro (editor). *The Values of Public Service Media in the Internet Society [1 ed.]*. Palgrave Macmillan. 2021. 364 p.
28. Pollock John C. (editor), Douglas A. Vakoch (editor). *COVID-19 in International Media: Global Pandemic Perspectives [1 ed.]*. Routledge. 2021. 300 p.
29. Marron Maria B. (editor) *Misogyny across Global Media*. Lexington Books. 2021. 342 p.
30. Miladi Nouredine (editor). *Global Media Ethics and the Digital Revolution [1 ed.]*. Routledge. 2021. 320 p.
31. Ribeiro Nelson, Schwarzenegger Christian. *Media and the Dissemination of Fear: Pandemics, Wars and Political Intimidation*. Palgrave Macmillan. 2021. 323 p.
32. Fengler Susanne (editor), Tobias Eberwein (editor), Matthias Karmasin (editor). *The Global Handbook of Media Accountability [1 ed.]*. Routledge. 2021. 624 p.
33. Gao Jia, Catherine Ingram, Pookong Kee. *Global Media and Public Diplomacy in Sino-Western Relations*. Routledge. 2021. 217 p.
34. Cosentino Gabriele. *Social Media And The Post-Truth World Order: The Global Dynamics Of Disinformation [1st Edition]*. Palgrave Pivot. 2020. 151 p.
35. Dalkir Kimiz, Rebecca Katz. *Navigating Fake News, Alternative Facts, And Misinformation In A Post-Truth World [1st Edition]*. IGI Global. 2020. 409 p.
36. Díaz-Pont Joana, Pieter Maesele, Annika Egan Sjölander, Maitreyee Mishra, Kerrie Foxwell-Norton. *The Local and the Digital in Environmental Communication [1st ed.]*. Springer International Publishing;Palgrave Macmillan. 2020. XXX+276 p.
37. Athique Adrian, Vibodh Parthasarathi. *Platform Capitalism in India [1st ed.]*. Springer International Publishing;Palgrave Macmillan. 2020. XVII+331 p.
38. Shimpach Shawn. *The Routledge Companion to Global Television [1. ed.]*. Routledge. 2020. 533 p.

Допоміжна література

1. Raelene Wilding. *Families, Intimacy and Globalization: Floating Ties*. Macmillan Education; Palgrave. 2018. 211 pp..
2. Luke Martell. *The Sociology of Globalization [2 ed.]*. Polity, 2016. 300 pp.
3. Masoud Mohammadi Alamuti. *Critical Rationalism and Globalization: Towards the Sociology of the Open Global Society [1 ed.]*. Routledge, 2015. 286 pp.

4. Kate Nash. Contemporary Political Sociology: Globalization, Politics and Power, Second Edition [2 ed.]. 2010. 304 pp.
5. Gavin Kendall, Ian Woodward, Zlatko Skrbis. The Sociology of Cosmopolitanism: Globalization, Identity, Culture and Government. Palgrave Macmillan, 2009. 260 pp.
6. Alan Scott. New Critical Writings in Political Sociology Volume Three: Globalization and Contemporary Challenges to the Nation-State. Ashgate/Routledge, 2009. 469 pp.
7. Кись Р. Глобалізація, локалізація, глокалізація. *Глобалізація, Європейський Союз та Україна. Незалежний культурологічний часопис*. 2000. Вип. 19. – С. 224–233.
8. Chris Rumford. Cosmopolitan Spaces: Europe, Globalization, Theory [1 ed.]. Routledge, 2008. 178 pp.
9. Paula Chakravartty, Katharine Sarikakis. Media Policy and Globalization. Edinburgh University Press, 2006. 192 pp.
10. Малюк А. Дискурс глобалізації з точки зору світ-системного аналізу. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2005. № 2. С.176–196.
11. Vincent Rouzé. Cultural Crowdfunding Platform: Capitalism, Labour And Globalization [1st Edition]. University Of Westminster Press, 2020. 128 pp.
12. Dal Yong Jin. Globalization and Media in the Digital Platform Age [1 ed.]. Routledge, 2019. 184 pp.
13. Sumanth Inukonda. Media, Nationalism and Globalization: The Telangana Movement and Indian Politics [1 ed.]. Routledge India, 2019. 170 pp.
14. Хансен Д. Україна і глобалізаційні економічні процеси. Виклик глобалізації. Київ, 2002. С.110–124.
15. Чешков М. Глобалізація: сутність, сучасна фаза, перспективи. *Глобалізація, Європейський Союз та Україна. Незалежний культурологічний часопис*. 2000. Вип. 19. С. 178–193.
16. Ralph Schroeder Social Theory: After The Internet Media, Technology, And Globalization [1st Edition]. UCL Press, 2018. 210 pp.
17. Cohen R., Kennedy P. Global Sociology / R. Cohen – NY : New York University Press, 2000. 408 p.
18. Chanda N. Bound Together: How Traders, Preachers, Adventurers, and Warriors Shaped Globalization / N. Chanda – New Haven (Ct.); London : Yale Univ. Press, 2007. Pp. 245–254.
19. Media and Globalization : Why the State Matters / ed. by N. Morris, S. Waisbord; Epilogue by K. Nordenstreng. Lanham : Rowman & Littlefield, 2001. XVI, 197 p.
20. Pick D. Globalisation, reflexive modernisation, and development: the case of India / David Pick, Kandy Dayaram// *Society and Business Review*, 2006. Vol. 1 Iss: 2, pp.171–183
21. Ray L. Globalization and everyday life / L. Ray – London and New York, 2007.
22. Robertson R. Globalization : Social Theory and Global Culture. London,1992. 286 p.
23. Scholte J. Beyond the Buzzword: Towards a Critical Theory of Globalization / J. Scholte // *Globalization : Theory and Practice* / ed. by E. Kofman and G. Youngs. London : Continuum, 1996. p. 44–45.
24. Talbott S. The Great Experiment : The Story of Ancient Empires, Modern States, and the Quest for a Global Nation / S. Talbott – N. Y. : Simon & Schuster, 2008. – p. 257.
25. Jennifer Dailey-O’Cain (auth.). Trans-National English in Social Media Communities. Palgrave Macmillan UK, 2017. 323 pp.
26. Mike Friedrichsen, Yahya Kamalipour. Digital Transformation in Journalism and News Media. Media Management, Media Convergence and Globalization. Springer, 2016. 554 pp.

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Всесвітній банк. Офіційний сайт:<http://www.worldbank.org>
2. ЄС. Офіційний сайт: <http://europa.eu/>
3. Інститут прав людини та запобігання екстремізму та ксенофобії:<http://www.ihrpex.org>
4. Міжнародна організація праці. Офіційний сайт:<http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>

5. Міжнародний фонд Відродження. Україна: <http://www.irf.kiev.ua>
6. Світова організація торгівлі. Офіційний сайт: <http://www.wto.org/>
7. НАТО. Офіційний сайт: <http://www.nato.int/cps/en/natolive/index.htm>
8. Організація американських держав. Офіційний сайт: <http://www.oas.org/en/default.asp>
9. ОБСЄ. Офіційний сайт: <http://www.osce.org/>
10. ООН. Офіційний сайт: <http://www.un.org>