

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНЕ НЕКОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ДЕРЖАВНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»
МІЖНАРОДНІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНТСТВА ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ
ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Виконавець: Кушнір Максим Романович _____

Керівник: канд. філол. наук, доц.

Кравченко Євдокія Григорівна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНТСТВА: СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ.....	7
1.1. Класифікація міжнародних інформаційних агентств у агенційній журналістиці.....	7
1.2. Історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств.....	16
1.3. Особливості висвітлення російсько-української війни: виклики, інструменти та уроки для міжнародної журналістики.....	23
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ МІЖНАРОДНИМИ ІНФОРМАЦІЙНИМИ АГЕНТСТВАМИ.....	33
2.1. Важливість дотримання міжнародних стандартів інформаційними агентствами у висвітленні подій.....	33
2.2. Пріоритетність інформаційних жанрів у матеріалах агенцій.....	40
2.3. Стандарти візуалізації контенту міжнародними агентствами.....	49
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. АСПЕКТИ ПОРІВНЯЛЬНОГО АНАЛІЗУ КОНТЕНТУ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНСТВ АСОШЕЙТЕД ПРЕС, ФРАНС ПРЕС ТА РОЙТЕРЗ.....	59
3.1. Контент-аналіз інформаційного агентства Асошіейтед прес.....	59
3.2. Висвітлення війни в Україні інформаційним агентством Франс Прес.....	64
3.3. Проблеми у збалансованості інформації про російсько-українську війну у матеріалах «Рейтер».....	69
Висновки до розділу 3.....	75
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	87

ВСТУП

Діяльність міжнародних інформаційних агентств у висвітленні російсько-української війни є дуже важливою для сприйняття України аудиторією за межами держави. В умовах сучасного інформаційного простору питання об'єктивності, неупередженості та дотримання журналістських стандартів набувають особливої ваги, впливаючи на думку світової спільноти. Військова повномасштабна агресія Росії щодо України стала важливим випробуванням для багатьох країн, зокрема й у підходах до характеру висвітлення війни у міжнародних медіа. Найвизнаніші міжнародні інформаційні агентства, такі як Associated Press (Асошіейтед Прес), Reuters (Рейтер) та Agence France-Presse (Агенство Франс Прес), відіграють ключову роль у формуванні глобального порядку денного, інформаційному забезпеченні громадян, створюючи для міжнародної аудиторії уявлення про військові події в Україні.

Актуальність дослідження полягає в тому, що висвітлення конфліктів вимагає високого рівня журналістської відповідальності та дотримання міжнародних стандартів журналістики під час інформування громадян. У наш час особливо важливою є як редакційна політика, так і культурні особливості та інтереси окремих міжнародних агентств, що впливають на подання інформації про російсько-українську війну, адже ці чинники можуть визначати, як саме глобальна спільнота сприймає і реагує на події. Аналізу діяльності міжнародних агентств присвячені дослідження зарубіжних науковців О. Бойда-Барретта, Т. Рантанен, Дж. К. Гелбрайта, Р. Л. Стівенсона, Д. Ріда, Р. Кліша, С. Алтермана, В. Шеєра, П. Путніс та ін. Вони проаналізували різні аспекти діяльності інформаційних агентств: роль і функції інформагентств світу в інформаційному суспільстві; стандарти у поширенні новин інформаційними агентствами; їхню участь у формуванні громадської думки щодо певних подій суспільного життя. Доробок українських дослідників з досліджуваної проблематики є досить

значним і представлений працями О. Гарматій [...], В. Іванова [...], І. Жиленко [...], О. Зернецької [...], Н. В. Костенко [...], Н. Ларіончевої Н. [...], Є. Макаренко [...], Г. Почепцова [], Г. Скуртул [...], які охоплюють широке коло питань, пов'язаних із загальними тенденціями функціонування світового комунікаційного простору, порівнянням діяльності інформаційних агентств, ролі візуального контенту, протидії маніпуляціям інформацією. Однак, нинішні тенденції в діяльності найбільших інформаційних агентств світу, що зумовлені процесами глобалізації комунікацій і російсько-українською війною та іншими світовими кризами, вимагають новітнього й поглибленого аналізу, адже формують думки світової спільноти.

Метою роботи є аналіз особливостей висвітлення міжнародними інформаційними агентствами «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» російсько-української війни. Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

1. Дослідити історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств.
2. Проаналізувати редакційні підходи міжнародних інформагентств та дотримання журналістських стандартів у висвітлення російсько-української війни;
3. Охарактеризувати основну тематику та наративи контенту.
4. Здійснити порівняльний аналіз контенту інформаційних агенств.
5. Розглянути особливості використання візуального контенту.
6. Виявити маніпулятивні повідомлення як засіб інформаційної війни.

Об'єктом дослідження є діяльність міжнародних інформаційних агентств як суб'єктів глобального медіаполя з поширення інформації.

Предметом дослідження є аналіз контенту інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» щодо висвітлення російсько-української війни.

Методи дослідження. Використовувався комплексний теоретичний аналіз та описово-аналітичний підхід, що поєднували методи спостереження, зіставлення та узагальнення, аналізу та синтезу, й застосовувалися при вивченні наукової літератури з вказаної проблематики, для формування викладу теоретичних основ з досліджуваної теми та формування висновків, порівняльний аналіз з підходів до висвітлення війни. Були залучені також: лінгвістичний метод для дослідження вербальної контенту; контент-аналіз з вивчення тематики матеріалів онлайн-медіа та наявність поширення фейкової інформації; медіа-моніторингу для порівняння вербально-візуального контенту інформаційних агенств.

Наукова новизна роботи полягає у виявленні особливостей редакційних підходів міжнародних інформаційних агенств до висвітлення російсько-української війни та в оцінці їхньої ролі у формуванні громадськості. У науковий обіг введено нові поняття з журналістських стандартів під час війни, визначено різновиди інструментарію з маніпуляцій та дезінформації, використуваних інформаційними агенствами Асошіейтед Прес, Рейтер та Франс Прес щодо російсько-української інформаційної війни, поглиблено характеристики їхнього вербально-візуального контенту й розроблено відповідні рекомендації.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів для вдосконалення журналістських практик, підвищення рівня журналістських стандартів з висвітлення воєнних дій та чутливих тем, превалюванні об'єктивності у висвітленні міжнародних конфліктів та розробки рекомендацій щодо дотримання міжнародних стандартів журналістики. Отримані результати дослідження також слугуватимуть для удосконалення у подальшому стандартів журналістики, вироблення ефективної стратегії і тактики з протидії пропаганді і маніпуляціям. Корисним є фактичний матеріал і результати праці для журналістикознавчих курсів, при підготовці науково-методичних розробок та у культурно-просвітницькій діяльності.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дослідження апробовані на VIII Міжнародній студентській конференції «Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень». 9 грудня, 2024 року в м. Дніпро.

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено у публікаціях:

Кушнір М. Про статус міжнародних інформаційних агенств. *«Актуальні питання медіадосліджень»*: збірка студ. наук. публікацій. К: КАІ, 2024. (у друці)

Кушнір М. Сучасні тенденції висвітлення російсько-української війни інформаційним агенством «Рейтер». *VIII Міжнародна студентська конференція Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень: збірник тез доповідей студентської конференції.* (м. Дніпро. 9 грудня, 2024 р.)
URL: <https://liga.science/conferences.html>

Структура роботи містить вступ, три розділи (6-х підрозділів), висновки до розділів, загальні висновки, список використаних джерел (50 джерел) та додатки (4 додатків). Загальний обсяг роботи становить 90 сторінки, основний текст викладено на 77 сторінках.

РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНІ ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНТСТВА: СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ

1.1. Класифікація міжнародних інформаційних агентств у агенційній журналістиці

Міжнародні інформаційні агентства — це організації, що здійснюють збір, обробку та розповсюдження новин та іншої інформації на глобальному рівні. Вони забезпечують обмін інформацією між різними країнами та є основними постачальниками новин для інших ЗМІ, таких як газети, радіо, телебачення та інтернет-видання. Такі агентства мають на меті забезпечити оперативність, достовірність і повноту подачі новинних матеріалів, які можуть охоплювати як глобальні події, так і регіональні інтереси.

Визнання міжнародних інформаційних агентств залежить від їхньої ролі в сучасному глобальному інформаційному просторі. За одним підходом, міжнародні інформаційні агентства визначають як «основні суб'єкти глобального інформаційного простору, що забезпечують оперативний та безперервний обмін інформацією між різними країнами та культурами» [1]. Дослідники мають і інший підхід та акцентують увагу на ролі медіа як інструментів формування громадської думки та дипломатичних засобів. Наприклад, агентства, такі як «Рейтер» або «Асошіейтед Прес», часто виступають джерелами новин, на які посилаються інші ЗМІ, тому вони можуть впливати на те, як глобальна спільнота сприймає ті чи інші події. Та Ф. Макгрегор, проаналізувавши діяльність «Рейтер» або «Асошіейтед Прес» «Франс Прес», доводить, що вони є найвпливовішими інформаційними агентствами світу і водночас монополістами, які пригнічують розвиток інших постачальників новин, планів і моделей новин, тим самим формують суспільну думку і впливають на неї [2].

Міжнародні інформаційні агентства є важливими суб'єктами глобального інформаційного простору, що виконують функцію посередника між джерелами новин та аудиторією по всьому світу. Ці організації забезпечують оперативний збір, обробку та поширення новинного контенту, що дозволяє медіа, урядам, міжнародним організаціям та іншим зацікавленим сторонам бути в курсі останніх подій на міжнародному рівні.

Основною функцією міжнародних інформаційних агентств є збір, обробка та поширення новин на міжнародному рівні. Ці функції вони виконують у декілька послідовних етапів, кожен з яких є важливим для забезпечення оперативності та достовірності інформації [3].

1. Збір новин: Міжнародні інформаційні агентства мають розгалужену мережу кореспондентів, які працюють у різних країнах і регіонах світу. Кореспонденти збирають інформацію з місця подій, зокрема з офіційних джерел, таких як урядові установи, міжнародні організації, прес-конференції, а також із соціальних медіа та свідчень очевидців. Цей процес включає не лише збір фактів, але й їхню перевірку на достовірність, що є особливо важливим в умовах інформаційної війни та розповсюдження фейкових новин.

2. Обробка інформації: Зібрана інформація потребує обробки, яка включає її верифікацію, редагування та адаптацію для поширення у різних форматах (текстовий, фото-, відеоматеріал). На цьому етапі журналісти агентства здійснюють фактчекінг для забезпечення відповідності інформації стандартам журналістики, що є необхідним для підтримання довіри аудиторії. Інформація повинна бути представлена об'єктивно та без будь-яких переколювань, що може вплинути на сприйняття події або явища. Крім того, важливо забезпечити адаптацію новинного контенту для різних платформ, що включає підготовку коротких анонсів для соціальних мереж, розгорнутих статей для друкованих видань, а також мультимедійних матеріалів для інтернет-платформ.

3. Поширення новин: Після обробки інформація передається до кінцевих споживачів – національних і міжнародних медіа, урядів, бізнес-структур та

інших зацікавлених осіб. Міжнародні агентства, такі як «Асошіейтед Прес» (АП), «Рейтер» та «Франс Прес» (ФП) використовують різні канали для поширення новин, включаючи телетайп, інтернет-платформи, соціальні мережі, мобільні додатки тощо. Це дозволяє забезпечити швидке поширення новинного контенту та доступність для широкого кола користувачів. Поширення новин також включає використання сучасних технологій, таких як автоматизовані системи новинних стрічок, що забезпечують миттєве оновлення інформації для медіа-партнерів та підписників [4].

Головною функцією міжнародних інформаційних агентств є збирання інформації з різних джерел, її ретельна перевірка на достовірність, обробка та розповсюдження через різні платформи. Це включає новинні стрічки, фото- і відеоматеріали, аналітику тощо. Вони забезпечують актуальність інформації, часто працюючи в реальному часі для охоплення найважливіших подій по всьому світу. Завдяки кореспондентам у різних країнах та тісній співпраці з місцевими агентствами міжнародні інформаційні агентства можуть отримувати доступ до ексклюзивної інформації, що підвищує їхню конкурентну перевагу [2].

Важливо відзначити, що відмінності між міжнародними та національними інформаційними агентствами полягають не лише у масштабах діяльності, а й у підході до подачі новин. Міжнародні агентства працюють на глобальному рівні, забезпечуючи новинами багато країн світу, і тому вони орієнтуються на багатонаціональну аудиторію. Це вимагає дотримання певних міжнародних журналістських стандартів, таких як об'єктивність, нейтральність і точність, щоб уникнути упередженості. Водночас національні агентства орієнтуються переважно на внутрішній ринок своєї держави та можуть висвітлювати події крізь призму національних інтересів.

Залежно від свого статусу і форми власності, міжнародні інформаційні агентства можуть бути приватними, державними або змішаними. Приватні агентства, такі як «Рейтер», зазвичай працюють на комерційній основі і фінансуються за рахунок підписок, реклами та продажу новинних матеріалів.

Державні агентства фінансуються урядами і часто слугують інструментом для висвітлення офіційної позиції держави. Змішані моделі, як наприклад інформаційне агенство «Франс Прес», поєднують елементи державного фінансування та комерційної діяльності, що дозволяє їм бути гнучкими і водночас забезпечувати певну незалежність.

Таким чином, міжнародні інформаційні агентства відіграють ключову роль у забезпеченні обміну інформацією між країнами, підтримуючи глобальний новинний потік та сприяючи формуванню думки світової громадськості. Вони забезпечують суспільства, уряди, бізнеси та інші ЗМІ актуальною та надійною інформацією, що дозволяє реагувати на події в реальному часі і приймати обґрунтовані рішення [5].

Класифікація міжнародних інформаційних агентств дозволяє краще зрозуміти різноманітність та особливості їхньої діяльності та структури, зокрема визначає, як агентства функціонують, до якої категорії належать, і які цілі вони переслідують. У агенційній журналістиці сформовано основні критерії класифікації, що включають географічне охоплення, форму власності та види діяльності. За географічним охопленням глобальні агентства «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» працюють на міжнародному рівні, забезпечуючи висвітлення новин з усіх куточків світу. Вони мають широкую мережу кореспондентів, що дозволяє їм отримувати новини безпосередньо з місця події. Наприклад, «Рейтер» має понад 200 офісів по всьому світу, що дає змогу оперативно висвітлювати події з різних регіонів. Глобальні агентства надають новини широкого спектру, включаючи політичні, економічні, соціальні, культурні та спортивні події. Їхня діяльність орієнтована на забезпечення точності та об'єктивності, оскільки вони працюють для багатонаціональної аудиторії.

До регіональних агентств належать такі як «ЕФЕ» (Іспанія), «ІТАР-ТАРС» (Росія), Укрінформ (Україна), які зосереджуються на висвітленні подій у певному регіоні або країні. Їхня діяльність часто обмежується висвітленням

новин, що мають значення для конкретного регіону, хоча вони також можуть співпрацювати з глобальними агентствами для поширення своїх матеріалів на міжнародному рівні. Регіональні агентства є важливими для забезпечення новинної специфіки та культурних аспектів, що можуть бути недостатньо висвітлені глобальними агентствами [6].

За формою власності виокремлюють державні та приватні агентства. Державні агентства фінансуються урядами і часто використовуються як засіб висвітлення офіційної позиції держави на міжнародній арені. Наприклад, «ІТАР-ТАРС» є державним агентством Росії і його діяльність узгоджується з офіційною політикою уряду. Такі агентства мають значні ресурси для висвітлення подій, але їх об'єктивність може викликати сумніви через залежність від державних інтересів.

Приватні агентства належать корпораціям або акціонерам і працюють переважно на комерційній основі. Приватне інформагенство «Рейтер» саме й фінансується через підписку на свої послуги, продаж ліцензій на використання новинного контенту, а також за рахунок рекламних доходів. Така модель дозволяє агентству бути незалежними від урядового впливу та підтримувати об'єктивність у своїх матеріалах, але можуть бути і тенденційні публікації [7].

Існують і змішані моделі. Такі агентства поєднують елементи державного та приватного фінансування. Наприклад, інформагенство «Франс Прес» фінансується як державою, так і за рахунок комерційної діяльності, що дозволяє забезпечити певну незалежність у роботі та уникнути прямої залежності від урядових структур. Це дозволяє їм мати стабільне фінансування, зберігаючи при цьому гнучкість у висвітленні новин.

За видами діяльності інформаційні агенства поділяються на новинні агентства загального призначення та тематичні. Такі агентства, як АП або АФП, здійснюють висвітленням подій різного характеру. Вони забезпечують широкий спектр новин, які цікавлять різні сегменти суспільства. Основна мета таких агентств — забезпечити інформацією якомога більшу аудиторію, тому їхні

новини часто публікуються різними типами медіа — від газет до онлайн-видань [8]. Тематичні ж агентства спеціалізуються на висвітленні подій у певній галузі. Наприклад, «Вломберг» спеціалізується на економічних новинах, надаючи аналітику, інформацію про фінансові ринки, новини корпоративного світу. Натомість спортивні агентства концентруються на висвітленні спортивних подій, турнірів та інших заходів, пов'язаних зі спортом. Така спеціалізація дозволяє агентствам надавати поглиблений аналіз та експертні оцінки у своїй галузі, що робить їх важливим джерелом для спеціалізованих медіа та експертів.

Водночас, міжнародними вважаються ті інформаційні агентства, які відповідають наступним критеріям:

1. Охоплення глобальної аудиторії: Агентства, такі як «Рейтер», АП та АФП, працюють на глобальному рівні, мають представництва у багатьох країнах, що дозволяє оперативно реагувати на події та забезпечувати їх всебічне висвітлення. Вони мають здатність оперативно реагувати на міжнародні події, зокрема політичні кризи, природні катастрофи, соціальні заворушення та інші важливі події, які мають глобальний резонанс.

2. Співпраця з національними медіа: Міжнародні агентства співпрацюють із національними та регіональними медіа, надаючи їм готовий новинний контент. Це дозволяє місцевим медіа оперативно інформувати свою аудиторію про події, які відбуваються в інших країнах, без необхідності утримувати власну кореспондентську мережу за кордоном. Така співпраця забезпечує взаємний обмін інформацією, що сприяє підвищенню якості та достовірності новин, які отримує кінцевий споживач [9].

3. Багатомовність: Міжнародні інформаційні агентства надають новини кількома мовами, що дозволяє охопити аудиторію з різних культурних та мовних середовищ. Наприклад, АФП поширює новини французькою, англійською, іспанською та арабською мовами, що робить їх доступними для аудиторії в багатьох країнах світу. Багатомовність є важливою умовою для підтримання глобальної присутності агентства, оскільки дозволяє адаптувати новинний

контент під потреби різних регіонів та культурних груп, забезпечуючи його зрозумілість та доступність.

Міжнародні інформаційні агентства мають складну організаційну структуру, що дозволяє ефективно здійснювати діяльність на глобальному рівні. Зазвичай структура таких агентств включає головний офіс, регіональні офіси та мережу кореспондентських пунктів. Головний офіс відповідає за стратегічне планування, управління ресурсами та координацію всіх новинних потоків. У головному офісі працюють редактори, які здійснюють контроль якості матеріалів, перевірку фактів та прийняття рішень щодо публікацій. Регіональні офіси виконують роль координаційних центрів на місцях, забезпечуючи зв'язок між головним офісом і локальними кореспондентами. Вони відповідають за адаптацію глобальних редакційних стратегій до особливостей конкретних регіонів, що дозволяє агентствам враховувати місцеві особливості та потреби аудиторії[10].

Міжнародні інформаційні агентства працюють у постійному режимі збору, обробки та розповсюдження інформації. Основою їхньої роботи є мережа кореспондентів, які працюють у різних куточках світу та оперативно надають інформацію до головного або регіональних офісів. Кореспонденти відповідають за збір новин, проведення інтерв'ю, створення репортажів, а також за перевірку достовірності отриманих даних. Після збору інформації вона передається до редакторів, які здійснюють її перевірку та редагування, забезпечуючи відповідність матеріалів стандартам агентства. Далі новини публікуються через різні канали — новинні стрічки, веб-сайти, соціальні мережі тощо. Така багаторівнева система дозволяє забезпечити оперативність, точність і актуальність подачі новин.

Кореспондентські пункти є важливою складовою структури міжнародних інформаційних агентств. Вони дозволяють агентствам отримувати інформацію безпосередньо з місця події, що значно підвищує оперативність та достовірність новин. Кореспонденти є «очима та вухами» агентства на місцях, що дозволяє

оперативно реагувати на події, брати інтерв'ю у ключових учасників та свідків подій, а також надавати ексклюзивні матеріали, які можуть не бути доступними іншим медіа. Крім того, кореспонденти можуть швидко передавати інформацію, яка є важливою для глобальної аудиторії, що робить їх роботу критично важливою для ефективного функціонування агентства. Взаємодія між головним офісом та кореспондентськими пунктами забезпечується за допомогою сучасних засобів зв'язку, що дозволяє отримувати та передавати інформацію в режимі реального часу[11].

Таким чином, структура та організаційні особливості міжнародних інформаційних агентств дозволяють їм ефективно функціонувати в умовах глобального інформаційного простору, забезпечуючи безперервний потік новин, їхню достовірність та оперативність, що є важливим для формування суспільної думки та підтримки міжнародної комунікації.

Економічні умови значно впливають на діяльність міжнародних інформаційних агентств. В умовах економічного підйому, на відміну від криз, агентства мають більше можливостей для розширення мережі, інвестування в нові технології та підвищення якості контенту. Стабільне фінансування дозволяє підтримувати високі стандарти журналістики, залучати кваліфікованих журналістів і кореспондентів, а також забезпечувати оперативність подачі новин[12].

Конкуренція на міжнародному ринку новин є важливим стимулом для підвищення якості контенту та оперативності його подачі. Міжнародні інформаційні агентства конкурують між собою за доступ до джерел інформації, оперативність і точність новин, а також за клієнтів, включаючи великі медіа-компанії, урядові установи та бізнес. Така конкуренція змушує агентства інвестувати у новітні технології, розширювати мережу кореспондентів та покращувати якість аналітичних матеріалів. Водночас співпраця між агентствами є не менш важливою. Часто агентства укладають угоди про обмін інформацією, що дозволяє їм покривати події у регіонах, де вони не мають

власних кореспондентів. Така співпраця допомагає зменшити витрати та забезпечити повніше висвітлення міжнародних подій, що є вигідним як для самих агентств, так і для їхніх клієнтів.

Джерела фінансування, вплив економічних умов та рівень конкуренції є ключовими факторами, що впливають на ефективність роботи агентств та їхню здатність забезпечувати оперативне і достовірне висвітлення подій[13].

Міжнародні інформаційні агентства «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» відіграють важливу роль у формуванні глобального інформаційного простору, забезпечуючи оперативний та надійний обмін новинами на міжнародному рівні. Їх діяльність базується на принципах об'єктивності, нейтральності та достовірності, що дозволяє уникати упередженості та задовольняти інформаційні потреби багатонаціональної аудиторії. Різні класифікації агентств, зокрема за географічним охопленням, формою власності та видами діяльності, відображають різноманітність підходів до роботи та забезпечення новинами. Економічні аспекти, такі як джерела фінансування, конкуренція та співпраця, визначають їхню фінансову стійкість та конкурентоспроможність, що дозволяє їм ефективно функціонувати у складних економічних умовах. Завдяки своїй структурі, організаційним особливостям і стратегіям монетизації, міжнародні інформаційні агентства продовжують залишатися надійними постачальниками інформації, впливаючи на формування суспільної думки та підтримку міжнародної комунікації. Джерела фінансування, вплив економічних умов та рівень конкуренції є ключовими факторами, що впливають на ефективність роботи агентств та їх здатність забезпечувати оперативне і достовірне висвітлення подій.

Існуючі класифікації міжнародних інформаційних агентств за різними критеріями дозволяють глибше зрозуміти різноманітність підходів у їхній діяльності, масштаби роботи та специфіку взаємодії з аудиторією.

1.2. Історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств

Історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств охоплює понад два століття, протягом яких вони трансформувалися з локальних організацій, що обмінюються новинами, до великих міжнародних медіаструктур, здатних оперативно висвітлювати глобальні події. Їхня еволюція тісно пов'язана з розвитком технологій комунікації, суспільними змінами та зростанням потреби в оперативному обміні інформацією між країнами[14].

Перші інформаційні агентства з'явилися у XIX столітті як локальні організації, що мали на меті забезпечити оперативний збір та передачу новин клієнтам. Згодом вони перетворилися на потужні міжнародні структури завдяки розвитку технологій зв'язку та глобалізації інформаційних потоків. Першим міжнародним інформаційним агентством стало французьке Ейдженс Хавас засноване у 1835 році. Воно зосереджувалося на зборі новин та їх поширенні серед газет і урядових установ. Агентство Хавас стало прототипом сучасних інформаційних агентств і відіграло важливу роль у становленні інформаційної індустрії.

Основною метою перших інформаційних агентств було забезпечення оперативності у зборі новин і їх подальшому розповсюдженні. Вони працювали на замовлення газет, урядових структур та інших організацій, які потребували актуальної інформації для прийняття рішень. Інформація була важливим інструментом впливу на суспільну думку, тому уряди різних країн намагалися контролювати діяльність агентств. Це створювало умови для виникнення обмежень у подачі інформації та втручання у редакційну політику, особливо у випадках, коли новини могли суперечити державним інтересам[14].

Винахід телеграфу в середині XIX століття став революційним кроком для інформаційних агентств. Телеграф дозволив передавати новини на значні відстані за лічені хвилини, що значно підвищило актуальність і оперативність інформації. Це сприяло розвитку агентств, які змогли охоплювати більші території та отримувати доступ до ексклюзивної інформації з різних куточків

світу. У цей період на сцену виходять такі агентства, як британське «Рейтер», засноване у 1851 році Паулем Джуліусом Рейтером. Інформагентство «Рейтер» стало одним із перших міжнародних інформаційних агентств, яке активно використовувало телеграф для передачі біржової інформації між Лондоном і Парижем. Завдяки цьому агентство швидко здобуло репутацію надійного джерела фінансових новин для бізнесу та урядів.

Агентство «Рейтер» стало символом нової ери у міжнародній журналістиці, коли інформація почала передаватися з безпрецедентною швидкістю. Спеціалізація на фінансових новинах вимагала від агентства не лише оперативності, а й високої точності, оскільки найменші помилки могли мати значні економічні наслідки. Залучення телеграфу дозволило агентствам бути першими в інформуванні своїх клієнтів про важливі події, що дало їм значну конкурентну перевагу на ринку. Згодом мережа «Рейтер» розширилася, і агентство почало охоплювати не лише фінансові новини, а й політичні, соціальні та інші події.

Інформаційні агентства, такі як «Рейтер», почали спеціалізуватися на фінансових новинах, що вимагало особливої оперативності у передачі даних. Спеціалізація на фінансових новинах дала можливість агентствам зміцнити свої позиції на ринку і стати незамінними джерелами інформації для фінансового сектору. Завдяки телеграфу, міжнародні агентства змогли налагодити співпрацю з численними кореспондентами у різних куточках світу, що значно збільшило обсяг і якість новинного контенту. Цей період став початком глобальної мережі інформаційного обміну, яка зробила новини доступними для широкої аудиторії в короткі терміни.

Укладання угод між інформаційними агентствами в кінці XIX століття стало важливим етапом у їхньому розвитку. З метою уникнення конкуренції та зниження витрат на збір інформації, великі агентства, такі як «Рейтер» (Велика Британія), «Agence Havas» (Франція) та «Wolff» (Німеччина), уклали угоди про розподіл сфер впливу. Ці угоди фактично створили картелі, які дозволяли

кожному агентству домінувати у своїх регіонах та забезпечувати інформаційну монополію.

Таке співробітництво мало свої переваги та недоліки. Перевагами було зміцнення позицій на ринку, уникнення дублювання зусиль та зниження витрат на збір інформації. Агентства могли ефективніше використовувати свої ресурси, розподіляючи новини між собою відповідно до географічних зон. Це дозволило їм зміцнити свою фінансову стабільність і підвищити якість інформації, яка надавалася клієнтам.

Однак монополізація також мала суттєві недоліки. Вона обмежувала різноманітність джерел інформації, що могло призводити до одностороннього висвітлення подій. Крім того, така концентрація інформації в руках кількох агентств знижувала можливість появи нових гравців на ринку та зменшувала конкуренцію. Це, своєю чергою, могло негативно впливати на якість та об'єктивність новин, оскільки відсутність конкуренції часто призводить до зниження стимулів до покращення контенту. Незважаючи на ці недоліки, укладені угоди стали фундаментом для подальшого розвитку міжнародних інформаційних агентств, закладаючи основу для глобального інформаційного обміну[15].

Епоха радіо та телебачення у ХХ столітті стала черговим важливим етапом у розвитку міжнародних інформаційних агентств. З розвитком нових технологій медіа, агентства стикнулися з необхідністю адаптувати свої новини до нових форматів — аудіо та відео. Поява радіо у 1920-х роках дала новий поштовх для розвитку інформаційної індустрії, дозволяючи оперативно доносити новини до масової аудиторії стало одним з перших агентств, яке активно використовувало радіо як засіб поширення інформації. Це дозволило «Ассошіейтед Прес» стати провідним джерелом новин для радіостанцій по всій Америці. Адаптація до нових форматів вимагала змін у підходах до збору, обробки та розповсюдження новин, що дозволило агентствам збільшити свою аудиторію і зміцнити позиції на ринку.

Телебачення стало ще одним значним етапом у розвитку інформаційних агентств. З моменту свого виникнення в середині ХХ століття, телебачення почало відігравати все більшу роль у медіапросторі. Інформаційні агентства, такі як АП і «Рейтер», розпочали створювати відеоматеріали для телеканалів, що стало важливим кроком у їхній еволюції. Телебачення потребувало не тільки оперативних, але й візуально привабливих новин, що стимулювало агентства інвестувати в розвиток відео-журналістики та створення власних відеоматеріалів. Це дозволило агентствам не тільки підтримувати свою присутність у новинному просторі, але й активно конкурувати з іншими медіа.

Цифрова революція наприкінці ХХ століття та розвиток інтернету на початку ХХІ століття суттєво змінили характер роботи міжнародних інформаційних агентств. З появою онлайн-видань і соціальних мереж зросла конкуренція з боку нових гравців, які могли оперативно поширювати інформацію без необхідності у складній інфраструктурі, характерній для традиційних агентств. Міжнародні агентства, такі як «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», були змушені адаптуватися до нових умов, впроваджуючи новітні технології та створюючи власні цифрові платформи для поширення новин. Інтернет дозволив агентствам працювати в режимі реального часу, що суттєво підвищило їхню конкурентоспроможність на ринку.

Інформагентство «Ассошіейтед Прес», було засноване в 1846 році як кооператив декількох американських газет, щоб об'єднати зусилля в зборі новин під час мексикансько-американської війни. Це був перший приклад створення ефективної мережі збору новин, що дозволило виданням економити ресурси. АП стало одним із перших агентств, яке використовувало телеграф для передачі новин, що значно скоротило час на поширення інформації та підвищило її актуальність [16].

Особливий внесок АП у світову журналістику полягає в інноваційних підходах до оперативного обміну інформацією. Під час громадянської війни у США АП встановило стандарти для надання швидких і точних новин, ставши

основним джерелом для багатьох американських і міжнародних медіа. Важливим моментом розвитку агентства стало його рішення працювати за принципом кооперативу — без жодного власника, що дозволило агентству уникати конфліктів інтересів і надавати більш об'єктивні новини.

На початку ХХ століття АП активно впроваджувало нові технології, такі як фотожурналістика, що дозволило візуально розширити охоплення новин. Під час Другої світової війни АП стало важливим джерелом новин, працюючи в умовах конфлікту та забезпечуючи інформацією не лише американську, а й міжнародну аудиторію.

Інформагентство «Рейтер» було засноване в 1851 році Паулем Юліусом Рейтером. На початку свого існування агентство спеціалізувалося на фінансових новинах, надаючи оперативну інформацію для бірж і комерційних структур. Впровадження телеграфу стало вирішальним чинником успіху «Рейтер», що забезпечило передачу новин між Лондоном і Парижем значно швидше, ніж традиційні методи, такі як пошта. Вже у 1865 році агентство почало охоплювати політичні новини, розширюючи свою аудиторію та вплив[17].

Один із ключових моментів в історії агентства — це використання новітніх технологій передачі інформації, таких як кабельний телеграф. «Рейтер» стало першим агентством, яке почало покривати новини з інших континентів, що дозволило йому стати важливим гравцем на міжнародному ринку новин. Протягом Першої світової війни «Рейтер» було одним із небагатьох джерел, яке мало доступ до інформації безпосередньо з фронту, що значно вплинуло на формування суспільної думки.

«Рейтер» також стало першим агентством, яке адаптувалося до нових вимог цифрової епохи — вже наприкінці 1980-х років агентство впровадило комп'ютеризовані системи для поширення інформації, що стало початком цифрової трансформації індустрії новин.

Агенство «Франс Прес» — це одне з найстаріших інформаційних агентств у світі, засноване в 1835 році як «Agence Havas». Спочатку агентство спеціалізувалося на поширенні комерційної інформації та оголошень, але з часом стало важливим джерелом політичних новин. Під час Другої світової війни «Havas» було реорганізовано у АФП, що дозволило агентству швидко адаптуватися до нових умов інформаційної боротьби [18].

Після Другої світової війни АФП стало офіційним постачальником новин для французького уряду, проте зберігало незалежність у висвітленні міжнародних подій. У 1957 році було ухвалено спеціальний статут, який закріпив незалежність агентства від держави, що дало можливість АФП зберегти довіру міжнародної аудиторії.

АФП активно використовувало свої міжнародні офіси для висвітлення подій на всіх континентах, особливо під час колоніальних конфліктів у Африці та Азії. Це зробило агентство основним джерелом новин про антиколоніальні рухи, що значно підвищило його популярність серед країн, які щойно здобули незалежність. Агенство також активно розвивало фотожурналістику, використовуючи свої фотографії для ілюстрації новин, що допомогло зміцнити його позиції як мультимедійного інформаційного агентства.

Кожне з агентств, «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», внесло свій унікальний вклад у розвиток сучасної агенційної журналістики. «Ассошіейтед Прес» сформувало підхід до незалежності журналістики через кооперативну модель, що стало еталоном для багатьох медіаорганізацій. «Рейтер» встановило стандарти швидкості та точності у фінансових новинах, а також активно впроваджувало нові технології для поширення інформації. «Франс Прес» розвинуло глобальну мережу кореспондентів, що забезпечило широке охоплення міжнародних подій.

Важливим складником їхнього діяльності стало також впровадження мультимедійних підходів, агентства почали активно використовувати візуальний контент - фотографії, відео та інфографіку для більш ефективного подання

новин. У цифрову епоху всі три агентства успішно адаптувалися до нових викликів, створюючи онлайн-платформи, додатки та системи автоматизованої доставки новин.

Історичний розвиток інформаційних агентств демонструє еволюцію діяльності агенств до гравців на міжнародному медіаринку, впроваджуючи нові технології, стандарти журналістики та створюючи нові формати подання інформації. Їхня роль у формуванні сучасного глобального інформаційного простору полягає не лише у наданні новин, а й у впливі на журналістські стандарти, розвиток візуальної журналістики та адаптацію до цифрових технологій, що забезпечує швидкий та достовірний обмін інформацією на міжнародному рівні[19].

Цифрова революція також привела до впровадження новітніх технологій, таких як автоматизація новинних процесів та використання штучного інтелекту. «Рейтер», наприклад, розробило автоматизовані системи для створення фінансових звітів на основі великих масивів даних, що дозволило оперативно надавати точну інформацію клієнтам. Використання алгоритмів і штучного інтелекту стало важливим елементом у роботі агентств, оскільки це дозволило підвищити швидкість і точність подачі новин, а також адаптувати контент до потреб різних аудиторій.

Таким чином, міжнародні інформаційні агентства «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» поступово перетворилися на мультимедійні платформи, які охоплюють текст, фото, відео та аналітику, що дозволяє їм забезпечувати різнобічне висвітлення подій. Вони активно використовують штучний інтелект для аналізу даних та автоматизації процесів, що допомагає підвищити швидкість та точність подачі інформації.

Історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» відображає процес глобалізації інформаційного простору, вплив технологічних інновацій та зміни в потребах суспільства щодо отримання новин. Від перших телеграфних повідомлень до

сучасних мультимедійних платформ. Сучасні агентства мають глобальне охоплення і багатоканальну подачу інформації, що є важливою складовою їхньої роботи, адже дозволяє забезпечувати новини для різних типів аудиторії через численні канали — від традиційних медіа до онлайн-платформ і соціальних мереж. Агентства продовжують відігравати важливу роль у забезпеченні доступу до актуальної та достовірної інформації для аудиторії по всьому світу[20].

1.3 Специфіка роботи кореспондентів міжнародних інформагенцій

Російсько-українська війна, що розпочалася у 2014 році з анексії Криму та вторгнення на Донбас, а згодом переросла у повномасштабне вторгнення у 2022 році, стала не лише трагедією для українського народу, а й безпрецедентним викликом для міжнародної журналістики. Ця війна, що ведеться не лише на полі бою, а й в інформаційному просторі, змусила журналістів усього світу адаптуватися до нових реалій, де дезінформація та пропаганда стали потужною зброєю. В умовах російсько-української війни проблема подання інформації за принципом «збалансованості» у висвітленні подій між агресором та жертвою у «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» набуває вигляду ніби виправдання військової агресії та призводить до того, що агресивні дії у такому трактуванні сприймаються як легітимні. Ця проблема стосується в цілому і міжнародної журналістики, коли прагнення до нейтральності може бути використане й як інструмент для поширення пропаганди. У складних умовах постійних обстрілів, руйнування інфраструктури та інформаційного хаосу журналісти, як українські, так і іноземні, стали не лише свідками подій, але й активними учасниками боротьби за правду, доносячи до світової спільноти реальну картину війни.

Досвід висвітлення війни в Україні формує нові підходи до журналістської практики, підкреслює значення фактчекінгу та боротьби з дезінформацією, а також актуалізує роль журналістів у захисті демократії та прав людини. Українським експертам та МЗС України доводилося реагувати на подібні

випадки маніпулятивної інформації у діяльності інформагенства «Ройтер». Так, у окремих матеріалах журналісти Рейтер відверто транслювали російську пропаганду, посилаючись на підбір певних висловлювань і цитат політиків без належного контексту. Це створювало у читачів враження нейтральності, мало маніпулятивний характер та вводило світову аудиторію в оману. «Вибір цитат російських чиновників без додаткового критичного аналізу», як зазначає К. Марушенко, створює хибні враження, що ці твердження ніби правдиві та прийнятні [21]. Так, у матеріалі про перевезення металу з Маріуполя до російського міста Ростов-на-Дону у Рейтер не надає будь-які коментарі міжнародних представників та відсутня позиція України, але натомість є посилання на заяву російського Міністерства оборони. У повідомленні зовсім не акцентовано увагу на тому, що російські агресори саме крадуть українські метали та зерно, а не просто вивозять МЗС дорікнуло «Reuters» за «сепаратистів» на сході України [22].

Одним із ключових аспектів висвітлення війни в Україні «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» стала необхідність оперативного інформування про події, що відбуваються з надзвичайною швидкістю. Журналісти інформаційних агенств активно використовують соціальні мережі («Твіттер», «Фейсбук», «Телеграм»), мобільні технології та онлайн-платформи для миттєвого поширення інформації про перебіг бойових дій, гуманітарну ситуацію, злочини російських військ та інші важливі аспекти. Такий підхід, що отримав назву «журналістика в реальному часі», що дозволяє не лише оперативно доносити інформацію до аудиторії за межами України, але й залучати її до участі у подіях, сприяючи формуванню об'єктивного світогляду, колективної пам'яті та солідарності. Це особливо важливо в умовах, коли російська пропаганда намагається спотворити реальність та маніпулювати світовою громадською думкою. Швидке та достовірне інформування з центру подій та фронту кореспондентами міжнародних агенств допомагає протидіяти дезінформації та забезпечує підтримку України з боку міжнародної спільноти.

Водночас, для створення цілісної та багатогранної картини війни журналісти «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» поєднують різні формати контенту: текст, фото, відео, аудіо, інтерактивні карти, хронології, 3D-моделі тощо. Це дозволяє не лише залучити аудиторію, але й глибше занурити її в контекст війни, надаючи можливість не лише спостерігати, але й відчувати та розуміти події. Використання мультимедійних інструментів дозволяє журналістам донести емоційний заряд війни, показати її людський вимір та наслідки для цивільного населення. Інтерактивні карти та хронології допомагають краще зрозуміти перебіг подій та масштаби конфлікту.

В умовах обмеженого доступу до інформації, небезпеки для журналістів та цілеспрямованої блокади інформаційного простору з боку російських військ важливу роль відіграє громадянська журналістика. Очевидці, волонтери, активісти збирають та поширюють інформацію, фото та відео з місць подій, доповнюючи картину, яку створюють професійні журналісти. Так, фотограф агенції «Ройтер» побував в окупованому Росією Маріуполі і продемонстрував жахливі руйнування міста та умови виживання маріупольців усьому світу у фоторепортажі «Азовсталь» та житлові будинки (фотосвідчення)». (Див. Додаток А) Завод «Азовсталь» був останнім оплотом оборони українських військ у Маріуполі після того, як більша частина території міста перейшла під контроль російських військових [Фотограф агенції Reuters 29 жовтня побував в окупованому Росією Маріуполі [23]

Візуальний феномен підсилює демократизацію медіа та розширює можливості об'єктивного сприйняття інформації, її достовірності у міжнародній спільноті у процесі інформування, стаючи важливим інструментом протидії пропаганді та цензурі. Візуальний контент відіграє особливо важливу роль у висвітленні подій на окупованих територіях, куди доступ професійних журналістів обмежений і отримати інформацію «з перших вуст» та показати реальну ситуацію на місцях дуже важливо.

Для емоційного зв'язку з аудиторією та глибшого розуміння людського виміру війни журналісти «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» все частіше звертаються до особистих історій людей, які постраждали від війни. Розповіді про втрати, переживання, надію та боротьбу допомагають усвідомити масштаби трагедії та її вплив на життя звичайних людей, роблячи війну більш «осяжною» для тих, хто знаходиться за межами зони бойових дій. Особисті історії дозволяють показати війну не лише як абстрактну геополітичну подію, але й як трагедію, що руйнує життя конкретних людей. Вони допомагають зрозуміти ціну війни та її наслідки для майбутнього України.

Розслідувальні репортажі журналістів міжнародних агенств набувають особливого значення в умовах війни, адже вони допомагають викривати військові злочини, злочини проти людяності, що важливо для подальших судових вироків агресорам. Журналісти проводять розслідування воєнних злочинів, документують порушення прав людини, викривають корупційні схеми та пропаганду, надаючи важливі докази для міжнародних організацій та судових інстанцій. Робота розслідувачів часто стає важливим елементом у формуванні судових справ проти воєнних злочинців, а також сприяє формуванню суспільної обізнаності про масштаби трагедії. Зростання значення розслідувальної журналістики в умовах війни є підтвердженням того, що журналістика може бути не лише інструментом інформування, але й інструментом правосуддя. Розслідування воєнних злочинів «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» є важливим етапом на шляху до відновлення справедливості та притягнення винних до відповідальності.

Росія активно використовує дезінформацію та пропаганду як інструмент ведення війни, поширюючи фейкові новини, маніпулюючи фактами та створюючи альтернативну реальність з метою маніпулювання громадською думкою як у самій Росії, так і за кордоном. Основні цілі такої інформаційної агресії — поширення паніки, підрив довіри до офіційних джерел інформації та виправдання агресії. Для боротьби з дезінформацією журналісти «Ассошіейтед

Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» використовують різноманітні інструменти фактчекінгу, такі як перевірка джерел інформації, аналіз фото та відео на достовірність (використання сервісів зворотного пошуку зображень, аналіз метаданих), використання відкритих даних, геолокація, консультації з експертами тощо. Ефективна боротьба з дезінформацією потребує об'єднання зусиль. Журналісти повинні бути пильними та ретельно перевіряти інформацію, перш ніж її поширювати.

Журналісти активно співпрацюють з незалежними організаціями з фактчекінгу, обмінюючись інформацією та методиками перевірки. Важливу роль у протидії дезінформації відіграє підвищення медіаграмотності населення. Освітні програми та інформаційні кампанії допомагають людям розвивати критичне мислення, аналізувати інформацію та відрізнити правду від фейків. Такі ініціативи сприяють створенню стійкого інформаційного середовища, яке менш вразливе до маніпуляцій і пропаганди. Зростання медіаграмотності є важливим кроком на шляху до побудови демократичного суспільства, де інформація стає основою для прийняття обґрунтованих рішень. Освіта та медіапросвіта є ключовими інструментами у боротьбі з дезінформацією.

В умовах війни, коли демократичні інституції можуть бути ослаблені, журналісти виконують роль «вартових демократії», висвітлюючи порушення прав людини, зловживання владою, корупцію та інші проблеми. Журналісти «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» збирають свідчення, фото та відео докази воєнних злочинів, скоєних російськими військами в Україні. Ця інформація є важливою для притягнення винних до відповідальності в національних та міжнародних судах, а також для збереження історичної пам'яті про злочини проти людяності. Журналісти активно виступають проти цензури, переслідування журналістів та обмеження доступу до інформації. Вони захищають право суспільства знати правду про війну та намагаються зберегти незалежність медіа в умовах військового конфлікту. Захист свободи слова та

прав журналістів є невід'ємною частиною боротьби за демократію та правосуддя.

Іноземні журналісти відіграють важливу роль у висвітленні війни в Україні для міжнародної аудиторії, допомагаючи світові зрозуміти масштаби трагедії та її глобальні наслідки. Вони також підтримують українських колег, допомагаючи їм з обладнанням, захистом та поширенням інформації. Співпраця між українськими та іноземними журналістами дозволяє створювати більш якісний контент і донести правду про війну до якомога ширшої аудиторії. Така взаємодія також сприяє обміну досвідом і розвитку нових підходів до журналістської роботи в умовах конфліктів. Міжнародна солідарність журналістів є важливим чинником у боротьбі за правду та протидії пропаганді.

Війна в Україні спричинила посилення контролю над інформацією в багатьох країнах світу. Уряди впроваджують закони та заходи, спрямовані на обмеження поширення небажаної інформації, що може негативно вплинути на свободу слова та доступ громадян до різноманітних джерел інформації. Інформаційна війна, яка супроводжує війну в Україні, посилила поляризацію медіа. ЗМІ часто займають чітку позицію за або проти, що ускладнює об'єктивне висвітлення подій та сприяє розколу суспільства. В умовах інформаційної війни незалежні медіа відіграють ключову роль у наданні достовірної та об'єктивної інформації. Вони стають важливим джерелом для тих, хто шукає альтернативу пропаганді та маніпуляціям, а також важливим інструментом для захисту демократичних цінностей. Незалежні медіа є основою демократичного суспільства та гарантом свободи слова[24].

Російська агресія в Україні ставить під питання майбутнє свободи слова у світі. Існує ризик, що обмеження, введені під час війни, залишаться в силі і після її закінчення. З іншого боку, досвід боротьби з дезінформацією та захисту прав журналістів може сприяти зміцненню свободи слова в довгостроковій перспективі. Війна в Україні стала випробуванням для міжнародної журналістики, але водночас вона дала поштовх до розвитку нових підходів до

висвітлення війн та боротьби з дезінформацією. Український досвід демонструє важливість оперативності, мультимедійності, залучення громадян до збору інформації, а також підкреслює роль журналістів у захисті демократії та прав людини. Вивчення цього досвіду «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» є необхідним для подальшого розвитку журналістських стандартів та практик в умовах глобальних викликів. Війна в Україні має значний вплив на стан свободи слова у світі, і її наслідки будуть відчуватися ще довго після закінчення війни. Важливо продовжувати дослідження в цій галузі, щоб зрозуміти, як захистити свободу слова та забезпечити доступ до об'єктивної інформації в умовах сучасних викликів.

Отже, у діяльності міжнародних інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» існує низка аспектів, пов'язаних із поширенням фейкових новин у сучасному інформаційному просторі. Попри значні зусилля цих агентств у дотриманні журналістських стандартів, проблема дезінформації залишається актуальною, особливо в умовах кризових ситуацій. Основним чинником у поширенні недостовірної інформації є прагнення досягти швидкості у роботі через конкуренцію на медіаринку. Інформаційні агенства сьогодні працюють як конвергентні редакції та демонструють нові тенденції розвитку: поліфункціональність, посилення взаємодії вербального й візуального, нові прийоми та форми подачі інформації про російсько-українську війну. Займаються створенням оригінального контенту, вдало об'єднують різні медійні платформи (вербальний текст, фото, аудіо, відео, графіку) та працюють на медіаграмотну аудиторію, що потребує максимальної оперативності у створенні інформаційного продукту, можливості багатоканального сприйняття повідомлень.

Висновки до розділу 1

Міжнародні інформаційні агентства «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» є важливим складником сучасної глобальної медіаекосистеми,

забезпечуючи сталий обмін новинами між різними країнами та культурами. Їхня діяльність не обмежується лише збором та розповсюдженням інформації, а також включає вплив на формування глобального порядку денного, сприяння розумінню між народами та підтримку стабільності міжнародного інформаційного простору. Як суб'єкти медіасередовища, агенції «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» мають вагомий вплив на те, як суспільство інтерпретує події та формує власну думку щодо них.

Сутність міжнародних інформаційних агенцій полягає в їх здатності швидко реагувати на події у будь-якому куточку світу. Вони виконують функцію оперативного збору новин, їхньої обробки та розповсюдження через різноманітні канали, включаючи телетайп, інтернет-платформи, мобільні додатки та соціальні мережі. В цілому, зокрема агенції «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», підтримують високі стандарти журналістики, серед яких точність, об'єктивність та нейтральність, забезпечуючи при цьому багатомовність і адаптивність контенту до потреб різних культурних і соціальних груп. Їхня багатопланова діяльність дозволяє формувати глобальний новинний порядок денний, що впливає на сприйняття світу широкою аудиторією.

Функції міжнародних інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» охоплюють декілька основних етапів: збір інформації, її обробка, перевірка достовірності, редагування та адаптація до різних форматів. Завдяки своїй широкій мережі кореспондентів, яка охоплює всі континенти, агентства можуть оперативно отримувати інформацію безпосередньо з місця подій. Це дозволяє їм забезпечувати актуальність і достовірність своїх матеріалів. Процес перевірки інформації, який включає фактчекінг та редагування, є невід'ємною складовою роботи агентств, що допомагає зберігати довіру аудиторії. Поширення новин здійснюється через різноманітні канали комунікації, що дозволяє досягати максимальної аудиторії у найкоротші терміни.

Класифікація агентств за географічним охопленням (глобальні, регіональні, національні), формою власності (державні, приватні, змішані) та видами діяльності (загального призначення, спеціалізовані) дозволяє зрозуміти їхню структурну складність та гнучкість у виконанні завдань. Наприклад, такі агентства, як «Асошіейтед Прес» або «Рейтер», працюють у глобальному масштабі, забезпечуючи багатомовний контент для міжнародної аудиторії, тоді як регіональні агентства, як-от «ЕФЕ» або «Укрінформ», зосереджуються на локальних новинах, надаючи їх у глобальний контекст через співпрацю з міжнародними агентствами. Ця взаємодія є важливою складовою сучасного інформаційного обміну, яка сприяє створенню більш повної картини подій у світі. Історичний розвиток міжнародних інформаційних агентств підкреслює їхню здатність адаптуватися до змінних умов. Від перших телеграфних повідомлень у ХІХ столітті до впровадження цифрових технологій у ХХІ столітті, агентства демонструють високий рівень інноваційності. Наприклад, винахід телеграфу дозволив суттєво скоротити час передачі новин, що змінило підхід до журналістики та комунікації в цілому. У ХХ столітті радіо та телебачення стали новими платформами для поширення інформації, що розширило аудиторію агентств та створило умови для інтеграції мультимедійних форматів у їхню діяльність. Цифрова революція принесла нові виклики та можливості, серед яких автоматизація процесів, використання штучного інтелекту для аналізу великих обсягів даних та розвиток платформ для поширення інформації в реальному часі.

Особливої уваги заслуговує роль міжнародних інформаційних агентств у контексті сучасних глобальних конфліктів, таких як російсько-українська війна. Ця війна стала тестом для агентств у контексті боротьби з дезінформацією та підтримки об'єктивного висвітлення подій. Міжнародні агентства відіграють ключову роль у донесенні правди про воєнні злочини, гуманітарні кризи та економічні наслідки конфлікту. Їхня робота включає не лише документування подій, а й аналіз складних соціально-політичних процесів, які формують глобальний контекст війни. Використання інноваційних підходів, таких як

інтерактивні карти, мультимедійні матеріали та фактчекінг, дозволяє їм ефективно протистояти пропаганді та маніпуляціям.

Сучасні міжнародні інформаційні агентства функціонують як мультимедійні платформи, які об'єднують текстові новини, фотографії, відеоматеріали та аналітику, створюючи багатовимірний контент для різних типів аудиторій. Це дозволяє охоплювати як традиційні медіа, так і новітні цифрові платформи, включаючи соціальні мережі та мобільні додатки. Такий підхід забезпечує широке охоплення та адаптацію до сучасних медіапотреб. Міжнародні інформаційні агентства є не лише постачальниками новин, а й платформами для міжкультурного діалогу, інструментами впливу на глобальні процеси та важливими суб'єктами формування суспільної думки. Їхня діяльність сприяє забезпеченню прозорості у міжнародних відносинах, підтримує обмін інформацією між різними регіонами та культурами та зміцнює демократичні цінності у світі. В умовах глобальних викликів, таких як інформаційна війна, дезінформація та технологічні зміни, роль міжнародних агентств залишається надзвичайно важливою, а їхня адаптивність є запорукою ефективності у сучасному світі.

РОЗДІЛ 2. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Міжнародні стандарти та правові засади діяльності інформаційних агенств

Сучасний інформаційний простір, що формується під впливом російсько-української війни, є яскравим прикладом загострення проблематики достовірності та якості журналістської інформації. У цій ситуації міжнародні журналістські стандарти відіграють критично важливу роль, слугуючи інструментом для виявлення дезінформації, відновлення довіри до медіа та адаптації засобів масової інформації до умов гібридної інформаційно-комунікаційної дійсності.

Російсько-українська війна виявила масштабне використання дезінформації як тактичного засобу інформаційної боротьби. У цьому контексті міжнародні стандарти журналістики стимулюють застосування методів фактчекінгу, багатоетапної верифікації та строгого дотримання принципу достовірності. Перевірені та вичерпні дані дозволяють аудиторів відрізнити правдиву інформацію від пропагандистських повідомлень, сприяючи формуванню більш об'єктивної картини конфлікту. Таким чином, неупереджена журналістика за міжнародними стандартами стає запорукою протидії маніпуляціям та усвідомленого оцінювання суспільством фактів про війну.

В умовах інформаційного протистояння довіра аудиторії до медіа значною мірою залежить від здатності журналістів дотримуватися високих етичних та професійних норм. Під час російсько-української війни люди особливо чутливі до питань достовірності інформації, оскільки її викривлення може мати прямі наслідки для безпеки, настроїв та рішень громадян. Відповідність міжнародним

стандартам, прозорість редакційних процесів, вчасне виправлення помилок та готовність до самокритики допомагають ЗМІ утримувати довіру аудиторії на стабільному рівні навіть у ситуації гострого конфлікту.

Російсько-українська війна засвідчила важливість оперативного інформування населення про реальний перебіг подій, що вимагає ефективного використання цифрових платформ, соціальних мереж та мультимедійних форматів. Водночас поширення неправдивої інформації через нові канали комунікації спонукає журналістів і медіаорганізації адаптувати усталені стандарти до нових реалій. Це означає застосування спеціалізованих інструментів для аналізу та верифікації візуальних та аудіо-матеріалів, моніторинг онлайн-джерел, а також створення нових методологій оцінки якості контенту. Дотримуючись міжнародних принципів журналістики, медіа мають можливість забезпечити своєчасне й достовірне висвітлення конфлікту, зберігаючи при цьому високий рівень професіоналізму та відповідальності перед суспільством. Кризь призму російсько-української війни стає очевидним, що міжнародні журналістські стандарти забезпечують теоретичне та практичне підґрунтя для ефективного протистояння дезінформації, підвищення рівня довіри до медіа та належної інтеграції в мультимедійний простір в умовах гострої інформаційної конфронтації.

Міжнародні стандарти журналістики являють собою комплекс етичних та професійних норм, які сформувалися внаслідок багаторічної практики, наукового осмислення та міжнародних домовленостей між професійними спільнотами журналістів, медіаорганізаціями та інституціями, що опікуються якістю інформаційного продукту. Ці стандарти утверджувалися поступово, проходячи крізь еволюційні зміни форм та методів комунікації, реагуючи на регіональні специфіки та технологічний розвиток. Вони закріплені у численних етичних кодексах, нормативно-правових документах, а також міжнародних деклараціях та рекомендаціях, вироблених міжнародними професійними об'єднаннями. Зважаючи на зміну інформаційних парадигм, стандарти постійно

оновлюються та переосмислюються, залишаючись стабільним орієнтиром для забезпечення якості журналістської діяльності.

Завданням міжнародних стандартів журналістики є утвердження таких характеристик журналістського продукту, як достовірність, об'єктивність, повнота та оперативність подання інформації. Відповідно до цих норм журналіст зобов'язаний здійснювати ретельний фактчекінг, уникати свідомого викривлення фактів, подавати різноманітні точки зору на проблему та неухильно дотримуватися принципів професійної етики, включно з повагою до людської гідності та прав. Виконання цих вимог сприяє формуванню високого рівня довіри між медіа та аудиторією, слугує основою для створення зрозумілого та якісного інформаційного простору і забезпечує умови для свідомого формування громадської думки.

Ключові принципи міжнародних стандартів журналістики визначають етичні та професійні орієнтири, на які спираються медіаорганізації з метою забезпечення суспільно значущого та якісного інформаційного продукту. До таких принципів належать [25]:

1. Достовірність виступає фундаментальною характеристикою якісної журналістики. Вона полягає у висуванні вимоги до журналіста ретельно перевіряти отриману інформацію за допомогою надійних та авторитетних джерел, здійснювати верифікацію зібраних даних та аналізувати першоджерела. Застосування методів фактчекінгу, багатоступеневого контролю якості та використання статистично коректних відомостей є важливими складовими досягнення достовірності. Відмова від оприлюднення чуток, неперевірених даних або матеріалів сумнівної автентичності сприяє уникненню маніпуляцій та формуванню стабільного рівня довіри до медіа.

2. Об'єктивність у журналістиці передбачає збалансоване відображення багатоманітності суспільних інтересів, позицій та оцінок певних подій чи явищ. Даний принцип вимушує журналіста уникати однобокості, неупереджено зіставляти різні точки зору, чітко розмежовувати фактологічну інформацію від

суб'єктивних коментарів чи аналітичних інтерпретацій. Об'єктивна журналістика знижує ризик викривлення суспільної думки та забезпечує аудиторії можливість самостійного формування позицій на підставі повноцінного інформаційного поля.

3. Оперативність у журналістиці означає своєчасне поширення правдивої та перевіреної інформації. Цей принцип полягає у постійному моніторингу подій, швидкій обробці одержаних даних та негайному інформуванні аудиторії за умови дотримання критеріїв якості. Важливим аспектом оперативності є здатність журналіста оптимізувати власну роботу, використовуючи сучасні технології та комунікаційні канали, не нехтуючи при цьому ретельною перевіркою фактів. Такий підхід запобігає затримкам поширення достовірної інформації та сприяє формуванню адекватного уявлення про поточний стан справ.

4. Прозорість та підзвітність покликані забезпечити зрозумілість редакційних процесів та практик для суспільства. Реалізація цих принципів передбачає пояснення логіки редакційних рішень, розкриття методології збору та опрацювання інформації, а також вчасне виправлення допущених помилок. Журналісти та медіаорганізації повинні бути готові до діалогу з аудиторією, аргументованої відповіді на критику та внесення коректив у практики своєї роботи. У підсумку прозорість та підзвітність сприяють сталому підтриманню довіри до засобів масової інформації та забезпечують підґрунтя для якісної журналістики, орієнтованої на суспільний інтерес [26].

Міжнародно-правове та етико-нормативне підґрунтя журналістської діяльності формується за рахунок низки кодексів, декларацій та рекомендацій, що вироблені авторитетними міжнародними організаціями, професійними спілками журналістів, а також міжнародними інституціями системи ООН. Ці документи не тільки окреслюють базові морально-етичні вимоги до журналістської роботи, але й встановлюють норми, які уможливають уніфікацію підходів до збирання, оброблення та поширення інформації в

глобальному масштабі. Вони служать своєрідними маркерами якості та професіоналізму, дозволяючи регулювати журналістську практику незалежно від національного контексту та рівня розвитку медіасистеми [27].

Одним із фундаментальних документів у цій галузі є «Декларація принципів поведінки журналістів», ухвалена Міжнародною федерацією журналістів. Ця декларація формулює основоположні норми професійної етики, такі як повага до істини, відповідальність перед суспільством, ретельне відокремлення фактичної інформації від коментарів та оцінних суджень. Вона також акцентує увагу на неприпустимості використання медіа з метою розпалювання ненависті, дискримінації або поширення відверто неправдивих відомостей. Окрім неї, існує ряд інших етичних кодексів та декларацій, підготовлених міжнародними професійними співтовариствами, які адаптовані до умов різних регіонів та типів медіа, проте всі вони мають спільний знаменник у вигляді орієнтації на достовірність, неупередженість та захист суспільного інтересу.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) та ЮНЕСКО, як спеціалізована установа ООН із питань освіти, науки і культури, також долучаються до формування глобальної нормативно-етичної бази. Їхні рекомендації мають комплексний характер: вони охоплюють питання свободи слова, доступу до інформації, безпеки журналістів, а також підтримку якісної, професійної та відповідальної журналістики. Документи і програми ЮНЕСКО, такі як «Рекомендації щодо свободи висловлювання думок» чи «Показники розвитку медіа», сприяють створенню умов для формування плюралістичних медіасистем, удосконалення національних законодавчих баз і посилення ролі незалежних ЗМІ. Вони допомагають інтегрувати журналістську практику у ширший контекст прав людини, забезпечуючи баланс між свободою медіа та соціальною відповідальністю.

Таким чином, міжнародні кодекси, декларації та рекомендації слугують структурованим підґрунтям для встановлення високих стандартів журналістики.

Вони сприяють взаємному визнанню професійних норм, підтримують механізми саморегуляції та забезпечують теоретичні орієнтири для розробки національних політик у сфері медіа та комунікацій.

Практичне застосування міжнародних журналістських стандартів передбачає їхнє системне впровадження у внутрішні механізми та процедури медіаорганізацій, що забезпечує формування стійких професійно-етичних орієнтирів для представників журналістської спільноти.

Відображення міжнародних етичних та професійних норм у внутрішніх політиках та редакційних стандартах є фундаментальним кроком на шляху до узгодженого та послідовного застосування вимог якості. Такі кодекси, укладені на основі глобально визнаних документів (як-от декларації IFJ) та етичних рекомендацій ЮНЕСКО, виступають інструментом формалізації принципів достовірності, об'єктивності та незалежності. Вони уможливають установлення чітких критеріїв оцінювання якості журналістського матеріалу, регулюють порядок перевірки інформації та визначають стандарти поведінки журналістів у конфліктних чи кризових інформаційних ситуаціях.

Постійне підвищення кваліфікації та професійний розвиток журналістів є ключовим аспектом забезпечення сталості й актуальності міжнародних стандартів. З урахуванням динамічних змін у глобальному медіапросторі та появою нових технологій для поширення інформації, журналісти потребують систематичного оновлення знань про етичні вимоги та методи фактчекінгу. Навчальні семінари, тренінги, воркшопи та онлайн-курси, розроблені у співпраці з міжнародними інституціями та дослідницькими центрами, сприяють формуванню етики відповідальної комунікації, розвитку навичок критичного мислення та посиленню спроможності працювати з різноманітними джерелами.

Взаємодія з глобальними організаціями, такими як Міжнародна федерація журналістів чи Інститут Ройтерса з вивчення журналістики, а також активна участь у професійних мережах та об'єднаннях, що займаються питаннями медіаетики, дозволяють журналістським колективам отримувати доступ до

передового досвіду та найкращих міжнародних практик. Обмін кейсами та методологіями сприяє формуванню міжкультурних стандартів, адаптованих до регіональних особливостей, а також дає змогу оперативно реагувати на нові виклики, пов'язані з появою дезінформаційних стратегій чи технологічних інновацій.

Таким чином, практичне застосування міжнародних стандартів журналістики передбачає комплексний підхід, що поєднує інституалізацію етичних принципів у внутрішній політиці редакцій, постійне підвищення кваліфікації журналістів та активну міжнародну кооперацію задля забезпечення відповідності медіапродукту найвищим світовим стандартам якості та надійності.

Аналіз міжнародних стандартів журналістики та їхнього практичного застосування засвідчує, що ці етичні й професійні норми виступають фундаментом якісної журналістської діяльності. Вони сформувалися у процесі багаторічної інтернаціональної взаємодії професійних спільнот, міжнародних організацій та дослідницьких інституцій, закріплюючись у деклараціях, кодексах та рекомендаціях, спрямованих на захист суспільних інтересів, свободи слова та достовірної інформації.

Ключові принципи, як-от достовірність, об'єктивність, оперативність і прозорість, слугують дороговказами для журналістів у їхній повсякденній практиці, допомагаючи відокремлювати фактологічні дані від суб'єктивних оцінок та запобігаючи поширенню маніпуляцій. Міжнародні кодекси, декларації та рекомендації ООН, ЮНЕСКО й інших організацій виступають глобальними орієнтирами, забезпечуючи необхідний рівень уніфікації професійних підходів і сприяючи підвищенню довіри аудиторії до медіа.

Отже, у сучасному контексті, на тлі гібридних загроз та посиленої дезінформаційної активності, зокрема в умовах російсько-української війни, роль міжнародних стандартів значно посилюється. Вони створюють умови для оперативного виявлення та нейтралізації фейків, формують етичні орієнтири для

підвищення довіри до ЗМІ та стимулюють адаптацію традиційних журналістських практик до мультимедійного середовища.

Практична реалізація цих стандартів відбувається через розробку внутрішніх редакційних кодексів, постійне навчання фахівців і налагодження міжнародної співпраці задля обміну досвідом і вдосконалення методологій. Такий підхід забезпечує стабільний розвиток медіагалузі, зміцнює професіоналізм журналістів та гарантує аудиторії можливість отримувати збалансовану, перевірену й актуальну інформацію, яка відповідає найвищим світовим стандартам якості.

2.2. Пріоритетність інформаційних жанрів у матеріалах інформагенцій

Сучасний медіапростір характеризується зростаючою роллю інформаційних агентств «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» у формуванні масових інформаційних потоків. Інформаційні агентства стали центральною ланкою в інформаційній екосистемі, забезпечуючи не лише поширення новин, але й впливаючи на формування громадської думки та політичного дискурсу. Завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій інформаційні агентства «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» виступають ключовими гравцями у сфері новинного контенту, створюючи оперативний потік даних для подальшого поширення іншими медіа. Важливо зазначити, що їх основна мета полягає в забезпеченні суспільства актуальною, правдивою та соціально значущою інформацією.

Цей процес потребує не лише високого рівня оперативності, але й дотримання принципів фактологічної точності, актуальності та суспільної релевантності. Одним із критичних аспектів їхньої діяльності є здатність оперативно адаптуватися до технологічних змін та запитів аудиторії, що постійно трансформуються. Жанрова система, яку застосовують інформагенції «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», забезпечує основу для

створення конкурентоспроможного інформаційного продукту. Розширення жанрових меж стало можливим завдяки активному використанню мультимедійних форматів, зокрема відео, подкастів та інтерактивних платформ. У сучасному світі, де інформаційний обмін відбувається майже миттєво, вимоги до жанрових форм інформаційних матеріалів постійно зростають, адаптуючись до нових викликів і технічних можливостей.

Більше того, в умовах глобалізації медіа агентства мають враховувати потреби різних культурних груп, забезпечуючи релевантність контенту. Одним із прикладів є локалізація новин для різних регіонів, що дозволяє залучити ширшу аудиторію. Ця стратегія стає ще більш важливою в умовах швидкого поширення фейкових новин, що вимагає від агентств посиленої уваги до верифікації джерел. Завдяки цьому інформаційні агентства зберігають статус надійного джерела, здатного формувати довіру аудиторії. Отже, роль інформаційних агентств виходить за межі простої подачі новин, перетворюючись на критичний елемент сучасної медіа-інфраструктури. Їх основна мета полягає в забезпеченні суспільства актуальною, правдивою та соціально значущою інформацією.

Одним із найпоширеніших жанрів, використовуваних «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» є замітка, яка являє собою стисле повідомлення, засноване на соціально значущій інформації. Замітка охоплює широкий спектр різновидів, таких як події замітки, анонси, міні-огляди, замітки-коментарі та інші. Вона виконує функцію оперативної передачі основної інформації аудиторії, забезпечуючи її чітку і зрозумілу структуру. Ключовими характеристиками замітки є її лаконічність, чіткість та максимальна насиченість фактами, що дозволяє аудиторії швидко орієнтуватися в потоці новин.

Особливу роль відіграє жанр блискавки, або «flash». Ця форма використовується «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» для передачі надзвичайно важливих і резонансних новин, які потребують миттєвого інформування. Блискавка характеризується максимальною стислістю та

точністю викладення фактів. Агентства «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» застосовують цей жанр лише за умови стовідсоткової впевненості у достовірності джерела, оскільки помилки в таких матеріалах можуть призвести до серйозної втрати довіри з боку аудиторії. Основна мета блискавки — привернути увагу до події та створити початковий інформаційний імпульс, який згодом може бути доповнений деталями.

Термінова новина є наступним етапом розвитку інформації, наданої у форматі блискавки. Вона включає більше деталей, пояснень і контексту, забезпечуючи глибше розуміння події. Такий жанр дозволяє поступово розширювати повідомлення, додаючи нові факти в міру їх надходження. У практиці інформаційних агентств термінові новини нерідко трансформуються у більш комплексні розширені інформації, які надають аудиторії повне уявлення про подію.

Інформаційне інтерв'ю також займає важливе місце в жанровій палітрі агентств. Це жанр, у якому журналіст передає відомості, отримані від експерта чи учасника події, у максимально нейтральній формі. Інтерв'ю можуть набувати різних форм, таких як опитування, анкетування, прес-конференції чи брифінги. Нерідко інформаційні агентства адаптують інтерв'ю до формату заміток, що дозволяє виділити найбільш значущі моменти та передати їх у стислій формі.

Статистична інформація є невід'ємною складовою діяльності економічних інформаційних агентств. Вона охоплює дані про ключові економічні показники, такі як ВВП, інфляція, валютні курси, а також звіти біржових компаній. Матеріали цього жанру часто супроводжуються графіками, таблицями чи іншими візуальними елементами, що підвищують їхню доступність для широкої аудиторії. Такий підхід дозволяє забезпечити максимально зручну форму подання складної інформації.

Інфографіка поступово стає важливим інструментом у роботі інформаційних агентств. Це новітній спосіб комунікації, який передбачає візуалізацію даних у вигляді графіків, схем чи малюнків. Інфографіка забезпечує

швидке сприйняття інформації, що є особливо важливим у сучасному інформаційному середовищі. Її активно використовують для висвітлення економічних показників, політичних рейтингів, результатів виборів та інших складних тем, що потребують наочності.

Матеріали, які створюють інформаційні агентства, повинні відповідати низці вимог. Серед них інформаційність, яка забезпечує насиченість тексту новими та цікавими даними. Оперативність є ключовим критерієм успіху інформаційного агентства, оскільки затримка у публікації може призвести до втрати конкурентної переваги. Актуальність матеріалів визначається злободенністю та важливістю теми, яка відповідає інтересам аудиторії. Суспільна значущість полягає у прогнозуванні впливу інформації на суспільство та орієнтації контенту на позитивний внесок у соціум. Правдивість і фактологічна точність гарантують достовірність даних, що є основою для побудови довіри до джерела інформації. Простота і ясність тексту забезпечують його легке сприйняття аудиторією, враховуючи її освітній рівень і попередній досвід.

З розвитком цифрових технологій інформаційні агентства отримали можливість розширювати жанрову палітру, інтегруючи нові форми подачі матеріалів. Інфографіка, мультимедійні формати, відео та подкасти відкривають нові перспективи для інформаційної журналістики. Сучасні тренди включають також інтеграцію аналітичних елементів у традиційні жанри, що дозволяє глибше розкрити контекст подій. Такий підхід сприяє збагаченню контенту та підвищенню його конкурентоспроможності на ринку інформаційних послуг.

Жанрова система інформаційних агентств є основою їхньої діяльності, забезпечуючи можливість оперативної, достовірної та якісної подачі новин. Подальші дослідження в цьому напрямку мають зосередитись на оптимальному поєднанні традиційних і новітніх форм подачі інформації, враховуючи зростаючі потреби аудиторії та виклики сучасного інформаційного середовища.

Однією з головних переваг сучасних інформаційних агентств є їх здатність впроваджувати новітні технології у свою діяльність. Використання штучного інтелекту та автоматизації дозволяє значно скоротити час на обробку даних та забезпечити оперативне висвітлення подій. Ці інструменти не лише полегшують роботу журналістів, але й підвищують точність та надійність новинного контенту. У майбутньому технологічний розвиток стане ще більш вагомим фактором у конкурентоспроможності інформаційних агентств.

Крім технологій, важливим аспектом є стратегічне партнерство між різними медійними платформами. Інформаційні агентства «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» активно співпрацюють з телебаченням, онлайн-виданнями, радіо та соціальними мережами для максимального поширення своїх матеріалів. Така взаємодія дозволяє забезпечити багатоканальний доступ до новин, що задовольняє потреби аудиторії з різними медіа-перевагами.

Окремо варто звернути увагу на етичні аспекти діяльності інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес». У сучасному світі, де фейкові новини та дезінформація становлять значну загрозу, агентства відіграють ключову роль у забезпеченні правдивості та достовірності поданих матеріалів. Створення чітких стандартів перевірки фактів, прозорість джерел та відповідальність перед суспільством є невід'ємними складовими їхньої роботи. Етика стає не лише професійним обов'язком, але й конкурентною перевагою для тих, хто прагне завоювати довіру аудиторії.

Перспективи розвитку інформаційних агентств включають інтеграцію нових форматів подачі інформації, розширення аудиторії через глобалізацію та адаптацію до культурних особливостей різних регіонів. Усе це відбувається на тлі постійного вдосконалення технологій, які відкривають нові горизонти для ефективної комунікації. Завдяки цьому інформаційні агентства зможуть не лише зберегти свою актуальність, але й посилити вплив у медіапросторі[посилання].

Мовний вплив у контексті висвітлення збройних конфліктів, зокрема російсько-української війни, є складним, багатогранним та динамічним

процесом, який постійно адаптується до мінливих умов війни та інформаційного простору. Це не лише пасивне відображення реальності, а активне її конструювання за допомогою мовних ресурсів, які спрямовані на формування, управління та, подекуди, маніпулювання суспільною думкою. Завдяки ретельно підібраним мовним засобам можна не лише інформувати про події війни, але й впливати на емоції, переконання, цінності та дії аудиторії. Такий вплив може мобілізувати суспільство на підтримку певної сторони конфлікту, підвищувати моральний дух або, навпаки, деморалізувати, поширюючи страх та зневіру.

Лексичний рівень є одним із найпотужніших інструментів мовного впливу. Широкий спектр емоційно забарвленої лексики, від героїзуючих епітетів, таких як "непохитний захисник", до зневажливих прізвиськ типу "загарбник", формує ставлення до учасників конфлікту. Евфемізми, такі як "військова операція" замість "війна", пом'якшують сприйняття жорстоких реалій, тоді як гіперболи, наприклад "неймовірна мужність" або "жахливі руйнування", створюють перебільшений, драматизований образ подій. Використання таких слів допомагає спрямовувати емоції аудиторії у потрібне русло, викликаючи співчуття, обурення або гордість.

Синтаксичний рівень дозволяє створювати емоційний ефект за допомогою структури речень. Риторичні запитання, як-от "Як ми можемо це терпіти?", спонукають до роздумів, а вигуки, наприклад "Це жахливо!", підсилюють емоційну реакцію. Паралельні конструкції додають тексту ритмічності та переконливості: "Вони борються, вони живуть, вони не здаються". Використання анафори ("Ми вистоїмо, ми переможемо, ми повернемо своє") та епіфори підсилює акценти, залишаючи сильний емоційний відбиток у пам'яті слухача [28].

На прагматичному рівні враховуються контекст та цільова аудиторія. Для цього використовуються алюзії, сарказм, іронія та інші прийоми, які апелюють до досвіду, знань або цінностей слухачів. Наприклад, іронічні фрази на кшталт "визволення від миру" викликають сильний емоційний відгук, одночасно

підсилюючи критику агресії. Уміле маніпулювання контекстом дозволяє адаптувати повідомлення до різних аудиторій, створюючи максимальний ефект. У цьому аспекті важливо також використовувати культурні та історичні відсилання, що підсилюють відчуття спільності або протистояння.

Наративи є потужним інструментом конструювання реальності, що дозволяє не лише створити цілісну, хоча й не завжди об'єктивну, картину конфлікту, але й надати їй сенсу, вписати її в певний контекст, пов'язати з минулим та майбутнім. Вони не просто описують події, а формують специфічний образ конфлікту та його учасників, що впливає на громадську думку, політичні рішення та міжнародні відносини. Завдяки наративам конфлікти отримують значення, яке виходить за межі окремих подій, стаючи частиною ширшого соціального, культурного чи історичного дискурсу. Наративи можуть бути різними за своїм змістом і спрямованістю. Наприклад, наратив "героїчного опору" акцентує увагу на стійкості та мужності захисників, створюючи образ героїв, які борються за свободу. Наратив "жертви агресії" підкреслює трагедії та страждання мирного населення, викликаючи співчуття й мобілізуючи міжнародну підтримку. Інші наративи, як-от "боротьба за свободу", "цивілізаційне зіткнення" або "імперіалістична загроза", спрямовані на легітимізацію певних дій і виправдання політичних рішень. Усі ці наративи акцентують увагу на різних аспектах конфлікту, визначаючи "своїх" і "чужих", героїв і злочинців, жертв і агресорів, формуючи уявлення про причини, перебіг та можливі наслідки подій.

Використання специфічної термінології, такої як "денацифікація", "демлітаризація", "руській мір", "гібридна війна" чи "інформаційна війна", легітимізує дії однієї зі сторін, надаючи їм ідеологічного підґрунтя. Такі терміни вписують події у певний дискурс, створюючи ілюзію виправданості агресії або інших дій. Вони також формують враження, що ці дії є частиною глобального чи історичного процесу, що значно ускладнює їхнє заперечення.

Обрамлення (framing) є потужним засобом впливу на сприйняття подій. Воно дозволяє акцентувати увагу на певних аспектах конфлікту, таких як гуманітарна катастрофа, військові злочини, економічні наслідки війни, героїчний опір чи навіть "успіхи" окупантів. Семантичні маркери, як-от вибір слів, часів дієслів чи граматичних конструкцій, також відіграють важливу роль. Використання теперішнього часу створює ефект присутності, залученості, тоді як минулий час дистанціює від подій і створює враження об'єктивності. Майбутній час може використовуватися для залякування, погроз або, навпаки, вселення надії та впевненості.

Наративи, створені за допомогою мовних засобів, мають значний вплив на громадську думку. Вони формують ставлення до конфлікту, учасників та подій, мобілізують суспільство на підтримку певної сторони або деморалізують супротивників. У міжнародних відносинах наративи можуть впливати на рішення урядів, мотивувати до впровадження санкцій чи надання допомоги, а також сприяти формуванню коаліцій або ізоляції агресора. Наративи «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» у висвітленні війни дозволяють не лише зосередити увагу аудиторії на певних аспектах, але й створити певну ієрархію важливості цих аспектів, формуючи уявлення про причини, перебіг та можливі наслідки конфлікту, його місце в історії та вплив на майбутнє. Вони можуть акцентувати увагу на героїзмі однієї сторони, стражданнях цивільного населення, геополітичних інтересах, історичних паралелях, культурних відмінностях, релігійних конфліктах тощо. Залежно від обраних акцентів, наративи формують емоційне або раціональне сприйняття конфлікту, впливають на рівень емпатії до жертв, формують ставлення до сторін конфлікту та їх дій, визначають "правильну" та "неправильну" сторону історії. Наприклад, наратив "героїчного опору" формує позитивний образ українців, які борються за свою свободу, незалежність та демократичні цінності, тоді як наратив "жертви агресії" акцентує увагу на стражданнях мирного населення в результаті російського вторгнення, викликаючи співчуття та бажання допомогти. Наратив

"цивілізаційного зіткнення" представляє війну як боротьбу між демократичним Заходом і авторитарним Сходом, що має на меті мобілізувати підтримку України з боку західних країн та делегітимізувати Росію на міжнародній арені. Наратив "братовбивчої війни" навпаки, прагне розмити відповідальність за агресію, представляючи конфлікт як трагедію для обох народів, що маніпулятивно використовується російською пропагандою.

Фреймінг новин - це ще один важливий аспект мовного впливу, який полягає у виборі та розташуванні інформації, використанні візуальних образів та створенні певної атмосфери для створення певного ефекту та напрямлення інтерпретації подій аудиторією. Заголовки, цитати, коментарі, аналітичні висновки, фотографії, відеоматеріали, графіка, музика - все це формує багатогранну картину подій, але може бути використано для маніпуляції думкою аудиторії, створення певного враження, підкреслення певних аспектів та приховування інших. Наприклад, заголовки, що містять емоційно забарвлену лексику ("жахливі злочини російських окупантів"), формують негативне ставлення до однієї зі сторін конфлікту, тоді як заголовки, що зосереджуються на нейтральних фактах ("переговори між Україною та Росією завершилися безрезультатно"), сприяють більш об'єктивному сприйняттю подій. Використання цитат може бути селективним, тобто журналісти можуть цитувати лише тих експертів, які підтримують певну точку зору, ігноруючи інші думки. Фотографії та відеоматеріали також можуть бути емоційно забарвленими, зображати страждання жертв, героїзм захисників або жорстокість агресорів, викликаючи сильні почуття у глядачів. Графіка та карти можуть візуалізувати перебіг бойових дій, територіальні зміни, втрати сторін, створюючи наочне уявлення про ситуацію на фронті [29].

Культурний контекст аудиторії є важливим фактором, який журналісти, пропагандисти та інші комунікатори враховують при виборі наративів та

мовних засобів. Висвітлення конфлікту «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» адаптується до цінностей, переконань, історичного досвіду, менталітету та інтересів різних аудиторій, що може призводити до створення різних образів одних і тих самих подій.

Аналіз цих аспектів дозволяє зрозуміти, як інформаційна стратегія втілюється у жанрових різновидах і завдяки мовно-стилістичним засобам впливає на формування громадської думки та суспільних настроїв у контексті військових конфліктів. Це підкреслює важливість критичного ставлення до медійного контенту та необхідність врахування впливу мовних прийомів у процесі сприйняття інформації.

2.3. Роль візуалізації інформації у контенті міжнародних агентств

У сучасному інформаційному просторі, де обсяг даних зростає з кожною секундою, а увага аудиторії стає дедалі обмеженішою, візуальний контент набуває ключового значення. Його здатність залучати увагу, викликати емоційний відгук і швидко передавати інформацію робить його основним інструментом комунікації в медіа. Фотографії, відео, інфографіка та анімації дозволяють розповідати історії, які текстовий контент не завжди здатен передати настільки ж ефективно. Це особливо актуально в умовах сучасної цифровізації, коли користувачі споживають інформацію через смартфони, планшети та інші гаджети, приділяючи одній публікації всього кілька секунд уваги.

У контексті цифрових платформ візуальний контент стає не лише способом підвищення залученості аудиторії, але й механізмом впливу на алгоритми. «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» активно просувають публікації з яскравими, емоційними або інноваційними візуальними елементами. Це стимулює журналістів, маркетологів та інших контент-креаторів створювати контент, який не лише привертає увагу, а й стимулює взаємодію: лайки,

коментарі, поширення. Таким чином, якісний візуальний контент стає не просто засобом комунікації, а й фактором успішної конкуренції в медійному просторі.

Окремо слід зазначити роль візуалізації у спрощенні складної інформації. Графіки, діаграми, інтерактивні карти та інфографіки дозволяють адаптувати складний матеріал для аудиторії з різними рівнями освіченості, а також подолати мовні бар'єри. Наприклад, інфографіки про війну в Україні дають змогу «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» передати динаміку конфлікту чи аналіз втрат простими та зрозумілими візуальними образами. Це важливо не лише для внутрішньої аудиторії, а й для міжнародної спільноти, яка часто сприймає такі матеріали швидше, ніж текстові репортажі чи статті.

Візуальні матеріали також мають унікальну здатність викликати емоції та створювати умови для соціальних дискусій. У сфері новин фотографії й відео часто стають тим самим «поштовхом», який змушує глядача замислитися або діяти. Наприклад, знімки зруйнованих міст на сході України викликають обурення військовою агресією, співчуття до постраждалих і прагнення допомогти. Кадри до і після війни, відео з особистими історіями мирних жителів, які змушені залишати свої домівки, поглиблюють усвідомлення масштабу трагедії.

Більше того, візуальний контент у медіа часто стає основою для соціального згуртування. Наприклад, зображення волонтерів, які допомагають постраждалим, або символічні ілюстрації, такі як синьо-жовті стрічки, створюють відчуття єдності та спільної мети. Усе це свідчить про те, що візуальний контент у сучасному інформаційному світі — це не лише допоміжний інструмент, а й самостійний, впливовий спосіб комунікації, який формує суспільну думку, мобілізує громади та підсилює голоси окремих людей і груп. Візуалізація новин «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» вимагає високого рівня професіоналізму, оскільки саме від неї залежить, як події будуть сприйняті аудиторією. У випадку війни в Україні зображення та відео є не тільки засобами передачі фактів, але й інструментами формування ставлення до

конфлікту на міжнародній арені. Журналісти повинні пам'ятати про вплив шок-контенту на психіку аудиторії, особливо дітей, уникати зображень, які можуть принижувати гідність жертв або використовувати їхній біль задля сенсаційності, а також дотримуватись законів та моральних норм щодо конфіденційності, особливо у випадках, коли візуальні матеріали стосуються вразливих груп. У сучасній журналістиці важливо уникати фальсифікацій або маніпуляцій. Для цього агентства «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» додають метадані до фотографій (час, місце, контекст) і використовують технології перевірки на справжність [30].

Формування візуальних історій є одним із найважливіших аспектів сучасної журналістики, особливо у висвітленні тривалих і складних конфліктів, таких як російсько-українська війна. Візуальні наративи дозволяють не лише передати факти, але й створити емоційний зв'язок з аудиторією, допомагаючи краще зрозуміти події, що відбуваються. На прикладі цього конфлікту можна виділити кілька ключових типів візуальних історій: героїзм і стійкість, гуманітарна криза та буденність під обстрілами.

Перший тип, героїзм і стійкість, акцентує увагу на мужності українських військових, які захищають країну, та волонтерів, які ризикують життям, допомагаючи постраждалим. Ці зображення формують позитивний образ оборонців і надихають як внутрішню, так і міжнародну аудиторію. Другий тип, гуманітарна криза, зосереджується на фотографіях евакуації мирного населення, життєвих умов біженців, зруйнованих будинків і лікарень. Ці кадри викликають співчуття та привертають увагу до страждань мирних мешканців. Третій тип, буденність під обстрілами, демонструє зусилля звичайних людей продовжувати жити, незважаючи на небезпеку. Наприклад, фото дітей, які граються у підвалах, або людей, які готують їжу на вулицях зруйнованих міст, дозволяють глядачам побачити силу людського духу навіть у найскладніших умовах.

Фреймінг відіграє ключову роль у створенні цих візуальних історій, допомагаючи визначити, які аспекти події будуть акцентовані. Наприклад,

використання великих планів, щоб передати емоції на обличчях постраждалих, підсилює емпатію, тоді як ширококутні кадри можуть продемонструвати масштаб руйнувань. У сучасному контексті фреймінг використовується «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» не лише для створення емоційного ефекту, а й як інструмент дипломатичного впливу. Добре підібрані зображення здатні формувати міжнародну підтримку України, привертати увагу до військових злочинів агресора та мобілізувати спільноти до дій [31].

Інтерактивний контент, зокрема карти бойових дій у поєднанні з відео, дозволяють користувачам стежити за ситуацією в реальному часі, а віртуальні тури зруйнованими містами дають можливість глядачам краще усвідомити масштаби руйнувань.

Сучасні тенденції розвитку візуального контенту включають кілька інноваційних підходів. Короткі відеоформати, такі як Reels чи Shorts, швидко набирають популярності, адже дозволяють стисло передати суть події. Використання технологій віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) відкриває нові можливості для журналістики, дозволяючи аудиторії не лише бачити події, але й занурюватися у них. Штучний інтелект дедалі частіше застосовується для автоматизації процесів створення контенту: від генерації зображень для супроводу текстів до автоматичного аналізу фотографій і відео для ідентифікації об'єктів або подій. Усе це значно полегшує роботу журналістів, але водночас зростає потреба у забезпеченні етичності контенту — запобіганні маніпуляціям, пропаганді чи поширенню неправдивої інформації.

Поглиблений аналіз психологічного впливу візуального контенту допомагає краще зрозуміти, як саме зображення взаємодіють з аудиторією. Емоційний ефект візуальних елементів залежить від багатьох чинників, таких як кольорова гама, композиція, ракурс і символізм.

Таким чином, візуальний контент у «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» не лише доповнює текстові матеріали, але й стає самостійним

інструментом для впливу на аудиторію, формування громадської думки та мобілізації до дій [32].

Вплив на пам'ять є одним із найважливіших аспектів використання візуального контенту в медіа. Дослідження свідчать, що люди запам'ятовують візуальну інформацію значно краще, ніж текстову, оскільки зображення створюють глибокі емоційні зв'язки та формують довготривалі асоціації. Іконічні кадри, наприклад, руйнування в Бучі чи Ірпені, стали символами звірств війни, які міцно закарбувалися у світовій свідомості. Вони не лише нагадують про трагедію, але й використовуються як потужний інструмент міжнародних закликів до справедливості та правосуддя.

Водночас, когнітивні спотворення, такі як ефект доступності або ефект фреймінгу, значно підсилюють вплив візуального контенту на сприйняття аудиторії. Ефект доступності означає, що найбільш яскраві або шокуючі образи залишаються в пам'яті довше та формують загальне уявлення про подію. Наприклад, фотографії жертв воєнних злочинів впливають на те, як суспільство сприймає рівень жорстокості агресора. Ефект фреймінгу допомагає спрямовувати увагу глядачів на певні аспекти подій, наприклад, на масштаби руйнувань чи емоції окремих героїв. Це робить візуальний контент потужним засобом для впливу на громадську думку та формування емоційних реакцій.

Етичні аспекти є критично важливими у процесі створення та поширення візуального контенту, особливо під час висвітлення конфліктів. Використання шок-контенту, такого як сцени смерті чи страждань, може збільшити рейтинги, але викликає серйозні етичні дилеми [33].

Окремої уваги заслуговує використання візуального контенту як інструменту пропаганди та дезінформації. Маніпуляції в «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» можуть включати застосування архівних кадрів з інших конфліктів, зміну контексту або навіть фальсифікацію зображень. Це ставить перед журналістами завдання дотримання етичних стандартів, таких як

ретельна перевірка фактів, забезпечення точності контексту та уникнення використання матеріалів, які можуть вводити в оману аудиторію.

Візуальний контент відіграє ключову роль у формуванні громадської думки міжнародної спільноти щодо війни в Україні. Він стає важливим інструментом для того, щоб донести масштаби трагедії та мотивувати аудиторію до конкретних дій.

Візуальні історії героїзму українців у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» також мають значний вплив на міжнародну аудиторію. Наприклад, зображення волонтерів, які ризикують життям для допомоги постраждалим, чи військових, які захищають свої позиції, надихають суспільство та створюють умови для зміцнення міжнародної солідарності. На дипломатичному рівні такі зображення допомагають посилити тиск на агресора. Використання фотографій жертв війни чи масштабів руйнувань під час міжнародних самітів сприяє впровадженню нових санкцій проти країни-агресора та зміцненню координації між союзниками [33].

Наше дослідження аналізує використання візуального контенту міжнародними агенціями «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» для висвітлення війни в Україні, що дозволяє глибше зрозуміти кілька важливих аспектів. По-перше, воно демонструє, як формується візуальний наратив, акцентуючи увагу на конкретних темах: героїзм, гуманітарна криза, руйнування. По-друге, дослідження дає змогу оцінити емоційний вплив різних підходів до створення контенту, наприклад, використання символізму чи акцентування на деталях.

Порівняльний аналіз підходів до візуалізації конфлікту в різних країнах дозволяє виявити відмінності у сприйнятті війни залежно від культурних чи політичних контекстів. Це підкреслює роль «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» у формуванні глобального розуміння конфліктів, а також у мобілізації міжнародної спільноти до підтримки постраждалих від війни.

Візуальний контент, таким чином, стає не лише способом інформування, але й потужним інструментом дипломатії, впливу та зміни світового порядку денного..

Висновки до розділу 2

Здійснений аналіз дозволив визначити, що міжнародні стандарти журналістики, зокрема принципи достовірності, об'єктивності та оперативності, відіграють фундаментальну роль у протидії дезінформації та забезпеченні довіри до медіа. Порушення цих стандартів під час висвітлення російсько-української війни створює загрозу зростання маніпуляцій, зниження якості інформації та формування викривленого інформаційного простору. Дотримання міжнародних норм дозволяє міжнародним інформагенціям надавати аудиторії перевірену, неупереджену та оперативну інформацію, сприяючи формуванню об'єктивного уявлення про події. Механізми фактчекінгу, багатоетапної верифікації, прозорості редакційних процесів є дієвими інструментами у забезпеченні довіри до журналістики та зміцненні професіоналізму галузі.

Журналістські матеріали у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» розподіляються за різними групами жанрів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Інформаційні жанри є провідними у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», оскільки їхня головна функція – швидке та точне подання фактів. Це і замітка як короткий інформаційний матеріал, що містить основні факти про подію, що має суспільне значення; репортажі – детальний та з документальною точністю опис події, створений на основі власних спостережень журналіста; інтерв'ю – розмову з конкретною особою, в що розкриває певну тему через призму особистих відповідей та поглядів співрозмовника. Рідше звіт – з метою детально описати подію, процес або явище, що мають загальний інтерес, на основі зібраної інформації.

Тож, інформаційні жанри мають на меті оперативно передавати об'єктивну інформацію. Вони не передбачають глибокого аналізу або суб'єктивних оцінок,

тому відзначаються відстороненістю та фактологічною точністю, оскільки їхня головна функція – швидке та точне подання фактів.

Особливе місце у використанні мультимедійності у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» як конвергентних медіа є платформи, які одночасно працюють на декількох каналах, таких як друковані видання, радіо, телебачення, інтернет-сайти, мобільні додатки тощо. Саме так створюють і поширюють контент у різних знакових системах, об'єднуючи текст, зображення, аудіо- та відеоформати, що забезпечує їм статус мультимедійних.

Одним із мінімальних стандартів для таких платформ є поєднання тексту з фото- та відеоматеріалами, що значно підвищує зручність сприйняття контенту користувачами.

Мовні стратегії, засновані на фреймуванні та акцентуванні уваги на гуманітарних катастрофах, героїзмі, геополітичних аспектах, створюють або трансформують сприйняття конфлікту як у національному, так і у міжнародному контексті. Наративи відіграють вирішальну роль у висвітленні подій, спрямовуючи увагу аудиторії на ключові аспекти та залишаючи поза фокусом інші, що формує цілісну картину подій. Залежно від цілей, мовні засоби можуть підсилювати емпатію, посилювати співчуття або формувати негативне ставлення до певної сторони конфлікту.

Візуалізація контенту також є визначальною у процесі висвітлення російсько-української війни. Фотографії, відео, інфографіка, інтерактивні матеріали у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» не лише передають інформацію, але й формують ставлення до подій завдяки емоційному впливу. Візуальний контент викликає глибокі емоційні реакції, зокрема співчуття, обурення або солідарність, що впливає на довготривалі асоціації аудиторії. Правильне використання кольорової гами, композиції, символізму дозволяє підсилити ефект візуальних матеріалів. При цьому важливо дотримуватись етичних норм, уникати маніпуляцій, шок-контенту, який може завдати шкоди психіці глядачів, та забезпечувати конфіденційність зображених осіб. У сучасній

журналістиці значення візуалізації зростає, особливо у контексті цифрових платформ, де увага аудиторії обмежена.

Адаптація міжнародних стандартів до умов гібридної війни є необхідністю. Гібридна війна, яка включає активну дезінформацію, фейкові новини та маніпуляції, вимагає постійного оновлення та впровадження інноваційних технологій у журналістиці. Застосування сучасних інструментів фактчекінгу, аналізу контенту із використанням штучного інтелекту, а також розробка нових методів моніторингу інформації дозволяють протидіяти викликам інформаційного простору. Крім того, міжнародна кооперація, обмін досвідом, проведення тренінгів та освітніх заходів сприяють розвитку професійних навичок журналістів та формуванню нових підходів до висвітлення конфліктів.

Отже, дослідження міжнародних стандартів та мовного впливу в контексті російсько-української війни підтверджує, що дотримання високих професійних норм, етичних принципів, використання сучасних технологій і впровадження адаптивних підходів до висвітлення подій є запорукою ефективного протистояння дезінформації, збереження довіри аудиторії та створення якісного інформаційного простору. Такий підхід дозволяє у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» залишатися важливим інструментом підтримки демократії, захисту суспільних інтересів та сприяє формуванню свідомого громадянського суспільства.

РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ІНФОРМАГЕНЦІЯМИ «АСОШЕЙТЕД ПРЕС», «ФРАНС ПРЕС» ТА «РОЙТЕРС»

3.1. Особливості висвітлення російсько-української війни інфоагентством «Асошіейтед прес»

Міжнародні інформаційні агентства, такі як Асошіейтед Прес , Ройтерс та Агенція Франс Прес , відіграють ключову роль у формуванні глобального інформаційного простору. Вони забезпечують оперативне та якісне висвітлення подій, впливаючи на сприйняття новин міжнародною аудиторією. Редакційна політика кожного агентства визначає характер подачі інформації, акценти та тональність матеріалів, що створює унікальну перспективу для висвітлення подій.

Особливе значення ці агентства набувають у контексті висвітлення конфліктів, зокрема російсько-української війни. Вибір джерел, способи подачі інформації та редакційні принципи впливають на формування громадської думки, як на локальному, так і на глобальному рівнях. Метою цього аналізу є дослідження підходів Асошіейтед Прес, Ройтерс та Агенції Франс Прес до висвітлення конфлікту, розкриття їхніх редакційних практик, стилістичних особливостей та впливу на аудиторію.

Асошіейтед Прес (АП) відома своєю орієнтацією на об'єктивність, нейтральність та достовірність у висвітленні подій. Основний підхід агентства полягає у ретельній перевірці інформації та використанні офіційних джерел, таких як урядові заяви, документи міжнародних організацій або дані, підтверджені незалежними експертами. Наприклад, у репортажах про

гуманітарну кризу в Україні АР цитує заяви представників ООН: «ООН закликає до негайної евакуації цивільного населення з зони конфлікту» [34].

Одним із ключових аспектів роботи АП є багатостороння верифікація інформації. Агентство ретельно перевіряє отримані дані через кілька незалежних джерел перед публікацією. Наприклад, висвітлюючи наслідки бомбардувань у Маріуполі, АР спиралося на свідчення місцевих жителів, звіти Червоного Хреста та супутникові знімки (джерело: супутникові дані Махар Technologies).

У стилістичному плані матеріали АП характеризуються стриманими заголовками та переважно фактологічним викладом. Заголовки не містять емоційного забарвлення і відображають нейтральність агентства. Наприклад, замість драматичних формулювань, АП використовує конструкції типу «Міжнародна спільнота закликає до припинення вогню» або «Заяви урядів щодо останніх подій у зоні конфлікту». Це дозволяє уникати спекуляцій та надмірних емоцій.

Формат подачі фактів у АП орієнтований на забезпечення читача деталізованою, але стриманою інформацією. У матеріалах агентства відсутні суб'єктивні оцінки або емоційні коментарі. Наприклад, репортажі про наслідки військових дій зосереджуються на документованих фактах, таких як кількість постраждалих, масштаби руйнувань та міжнародні гуманітарні ініціативи [35].

Особливістю підходу АП є активне цитування міжнародних інституцій. У висвітленні війни в Україні агентство регулярно включає заяви представників ООН, Європейського Союзу та міжнародних гуманітарних організацій. Це додає додаткової легітимності інформації та зміцнює довіру аудиторії до контенту. Наприклад, у матеріалі про постачання гуманітарної допомоги агентство цитує Європейську комісію: «ЄС виділив додатково 500 млн євро на підтримку українських біженців» [36].

Таким чином, контент-аналіз Асошіейтед Прес демонструє, що ключовими характеристиками їхньої роботи є об'єктивність, нейтральність,

багатостороння верифікація даних та стриманий стиль подачі інформації. Це дозволяє агентству залишатися надійним джерелом новин для глобальної аудиторії. Тепер розглянемо більш детально.

З початку 2024 року Асошіейтед Прес продовжує висвітлювати російсько-українську війну, дотримуючись своїх основних принципів об'єктивності, нейтральності та достовірності.

Ось результати нашого аналізу висвітлення AP трьох ключових подій війни в Україні восени 2024 року.

АП представляє український наступ у Курській області як сміливий крок України, який мав на меті не лише звільнити окуповані території, але й посилити тиск на Росію напередодні можливих мирних переговорів. Наприклад, у статті зазначено: "Сміливий наступ України на Курську область Росії сигналізує про потенційний переломний момент у війні..." [37]. Тон висвітлення здебільшого нейтральний, проте в деяких матеріалах простежується захоплення діями українських військових та підтримка їхньої боротьби за свободу. Використовується активна та емоційна лексика: «рішучий», «успішний», «героїчний». Наративи підкреслюють стійкість українського народу та його прагнення до перемоги, а також важливість міжнародної підтримки. Джерелами інформації є українські військові, офіційні особи, західні аналітики та місцеві жителі Курської області.

Щодо залучення північнокорейських військових, АП розглядає цю подію як свідчення відчаю Росії та її ізоляції на міжнародній арені. У матеріалах наголошується: "Відчайдушно потребуючи живої сили, Росія звертається до Північної Кореї за військовою підтримкою..." [38]. Тон висвітлення виражає стурбованість та засудження дій Північної Кореї, вказуючи на порушення міжнародних санкцій та загрозу ескалації конфлікту. Використовується негативно забарвлена лексика: «найманці», «маріонетки», «порушники миру». Наративи акцентують увагу на небезпеці співпраці авторитарних режимів та необхідності посилення тиску на Росію та її союзників. У матеріалах використані

дані розвідки, заяви офіційних осіб США та інших країн, а також експертів з питань Корейського півострова.

Зміна тактики російських обстрілів представлена АР як акт терору, спрямований на залякування цивільного населення та підрив морального духу українців. Зокрема, зазначається: «Росія вдається до тактики терору, коли її військові ведуть боротьбу на полі бою...» [39]. Тон висвітлення виражає обурення та співчуття до жертв російських обстрілів із закликом до притягнення винних до відповідальності. Використовується емоційно сильна лексика: «варварські», «безжальні», «злочинні». Наративи наголошують на необхідності захисту цивільного населення та надання Україні додаткової допомоги для протиповітряної оборони. Джерелами виступають українські офіційні особи, свідчення очевидців, звіти міжнародних організацій та експерти з питань військових конфліктів.

Висвітлення АП можна охарактеризувати як емпатійне до України та критичне до Росії. АП використовує емоційну мову та яскраві образи, щоб підкреслити жорстокість війни та героїзм українського народу. У матеріалах активно просувається наратив про боротьбу демократії проти авторитаризму та важливість міжнародної підтримки для України.

АП зосереджується на ключових аспектах конфлікту, таких як військові дії, гуманітарна криза, міжнародна реакція та дипломатичні зусилля. Наприклад, у статті про постачання F-16 в Україну агентство повідомляє про передачу другого пакету винищувачів від Данії та дипломатичні зусилля президента Зеленського в Парижі [4].

З часом АП адаптує свій фокус залежно від розвитку подій. Наприклад, у листопаді 2024 року агентство висвітлювало масовані ракетні удари Росії по енергетичній інфраструктурі України, що призвели до відключення електроенергії у мільйонах домогосподарств [5].

АП приділяє значну увагу подіям, які мають великий вплив на хід конфлікту. Наприклад, агентство детально висвітлювало масовані атаки дронів на Москву та українські міста, підкреслюючи ескалацію конфлікту [40].

Агенство зберігає свій характерний стриманий стиль подачі інформації, уникаючи емоційно забарвлених термінів та суб'єктивних суджень. Цей підхід дозволяє читачам самостійно формувати думку на основі представлених фактів.

Для аналізу висвітлення конфлікту АП використовує власну базу даних, що забезпечує доступ до великого архіву матеріалів. Додатково застосовуються інструменти, такі як Google Dataset Search, для пошуку релевантних даних, а також аналізуються соціальні мережі АП (Твітер, Фейсбук, Інстаграм) для оцінки поширення матеріалів та реакції аудиторії.

Таким чином, АП продовжує надавати об'єктивне та достовірне висвітлення російсько-української війни, адаптуючи свій фокус відповідно до розвитку подій та зберігаючи високі стандарти журналістики.

У межах наступного етапу здійснювався ретельний хронологічний аналіз динаміки висвітлення конфлікту, який полягає у визначенні змін тематичних акцентів у різні часові проміжки (наприклад, на місячній або кварталній основі). Зокрема, досліджувалася частота згадувань певних аспектів війни (військові операції, гуманітарна ситуація, дипломатичні ініціативи, міжнародна допомога) з метою виявлення тенденцій їхнього представлення у медіапросторі. Крім того, увага приділяється ідентифікації ключових подій, які спричиняють піковий медійний резонанс, та оцінці їхнього подальшого впливу на конфігурацію інформаційного поля. Аналіз впливу медійних матеріалів АП на громадську думку передбачає комплексне дослідження реакцій аудиторії, оцінених за допомогою якісних та кількісних методів (коментарі, поширення у соціальних мережах, статистика цитованості іншими ЗМІ). Додаткове зіставлення контенту АП з альтернативними джерелами інформації дозволяє виявити специфічні характеристики редакційного підходу агентства. За наявності відповідної емпіричної бази можливим є доповнення контент-аналізу даними соціологічних

досліджень чи опитувань громадської думки, що дає змогу встановити кореляційні зв'язки між висвітленням подій та динамікою суспільних настроїв.

На етапі визначення наративів проводилося систематичне дослідження лексичних, тематичних та контекстуальних характеристик матеріалів АП для ідентифікації доміантних наративів. Проаналізовано частотність вживання окремих ключових термінів, типових фраз та образів, а також тональність (нейтральна, критична, аналітична) їхнього використання. Важливим аспектом є співставлення медійного дискурсу з офіційними комюніке міжнародних інституцій або національних урядів з метою визначення ступеня автономності редакційних позицій та дотримання принципів журналістської об'єктивності [41].

Загалом, синтез отриманих результатів дозволяє сформуванати цілісне уявлення про динаміку, вплив та смислові акценти висвітлення війни у матеріалах АП, а також окреслити провідні медійні наративи, що впливають на формування громадської думки.

3.2. Специфіка контенту про війну в Україні в агенції «Франс Прес»

«Франс Прес» є визнаним лідером у сфері глобальної журналістики. З часу свого заснування у 1835 році агентство пройшло етапи трансформації від локальної організації до одного з найбільших міжнародних інформаційних агентств. АФП виділяється багатофункціональністю, забезпечуючи новини, аналітичні матеріали, фото- та відеоконтент для тисяч медіакомпаній у понад 150 країнах світу. Його мережа охоплює понад 200 бюро, що дозволяє агентству бути «першим на місці» для висвітлення ключових подій у світі.

Ресурс Медіа Біас.Факт Чек визначає «Франс Прес» як «найменш упереджене» та надійне джерело. Оскільки приблизно 40 % фінансування АФП отримує від французького уряду, то можна припустити, що певний вплив він на агенцію має. Проте аналітики Медіа Біас / Факт Чек цього не виявили. «ЛПнк»

Інформаційне агентство АФП відіграє важливу роль у висвітленні російсько-української війни, починаючи з подій 2014 року. Їхні кореспонденти і фотографи активно співпрацювали з українською армією на Донбасі, що дозволило агенції оперативно реагувати на ескалацію конфлікту. Перед повномасштабним вторгненням Росії в Україну 24 лютого 2022 року АФП передбачило необхідність посилення своєї присутності в регіоні, подвоївши команду журналістів. Проте масштаби роботи значно перевищили очікування: лише за перші два дні війни було створено втричі більше відеоматеріалів, ніж під час захоплення Кабулу у 2021 році. Загалом протягом 2022 року агенція організувала 80 журналістських місій до України.

Значний обсяг роботи виконано фактчекінговим підрозділом АФП, який у 2022 році підготував понад 1230 матеріалів, спрямованих на викриття російських дезінформаційних кампаній. Зокрема, агенція розвінчувала фейки щодо подій у Бучі, звинувачень у «нацистській символіці» на одязі президента України Володимира Зеленського та маніпуляцій стосовно поведінки українських громадян у Європі. [посиланн](#)

Попри активну роботу з викриття дезінформації, АФП залишається об'єктом критики через певні дії, які сприяють поширенню російської пропаганди. Зокрема, на платформі АФП Forum публікуються фото російського агентства Sputnik, на яких висвітлюються події та постаті, що сприяють позитивному іміджу російської влади. До окремих фотографій додано позначення про державну належність Sputnik, хоча у звіті АФП за 2022 рік зазначалося, що всі зв'язки зі Sputnik були розірвані.

До початку повномасштабного вторгнення київське бюро АФП було підпорядковане московському офісу, і лише після 24 лютого 2022 року цей зв'язок було припинено. Водночас московське бюро продовжує функціонувати, а у 2023 році АФП навіть оголошувала вакансію для відеожурналіста в Росії. Агенція визнає, що московський офіс має ключовий вплив на зміст публікацій

про Росію, з огляду на ризики для журналістів. Відповідно, матеріали, створені в Москві, не підлягають редагуванню міжнародними чи регіональними офісами.

Суперечливі дії АФП викликали реакцію української влади, особливо після того, як агенція відвідала окуповані Росією території — Маріуполь і Бердянськ — у межах медіапоїздок, організованих російською стороною. За словами Дейва Кларка, заступника керівника брюссельського бюро АФП, українська влада висловила глибоке розчарування цими рішеннями. АФП аргументувало свої дії неможливістю потрапити на окуповані території іншим шляхом, проте зазначило, що такі візити перебували під жорстким контролем російської влади.

Таким чином, діяльність АФП у контексті російсько-української війни відзначається як значним внеском у боротьбу з дезінформацією, так і суперечливими аспектами, що викликають питання щодо відповідності етичним стандартам міжнародної журналістики [42]

Особливу увагу АФП приділяє використанню новітніх технологій. Агентство активно впроваджує інновації у своїй роботі, зокрема автоматизацію процесів збору новин, аналітику великих даних і використання штучного інтелекту для перевірки фактів. Це дозволяє АФП підтримувати високу швидкість поширення контенту, забезпечуючи одночасно його достовірність.

Значну роль відіграє верифікація інформації, яка у АФП здійснюється на кількох рівнях. В агентстві працюють експертні команди, які використовують сучасні методи фактчекінгу, аналізу джерел та метаданих, а також співпрацюють із зовнішніми партнерами, такими як фактчекінгові організації та академічні установи. Такий підхід дозволяє уникати поширення фейкових новин про російсько-українську війну і зберігати довіру своїх клієнтів.

У контексті висвітлення війни в Україні АФП виділяється глибоким аналізом подій і професійним використанням військової термінології. Агентство проводить розслідування воєнних злочинів, документуючи порушення міжнародного права, злочини проти людяності та гуманітарну кризу. Завдяки

своїм кореспондентам на місцях АФР надає унікальні репортажі, які ілюструють людський вимір конфлікту. Це включає інтерв'ю з очевидцями, знімки руйнувань та матеріали з зони бойових дій.

АФП приділяє особливу увагу мультимедійності. Широко використовується візуальний контент: інтерактивні карти, графіки, інфографіка та фотогалереї, відео та ін., що дозволяє аудиторії не лише отримувати інформацію, але й глибше розуміти її контекст. Агентство також орієнтоване на створення контенту для різних платформ — від традиційних друкованих видань до соціальних мереж і мобільних додатків, адаптуючи стиль і формат новин до потреб сучасного споживача.

Таким чином, АФП не лише залишається на передовій журналістики, але й формує стандарти індустрії, виступаючи еталоном у дотриманні принципів нейтральності, достовірності та балансу при висвітленні складних і суперечливих тем.

АФП демонструє високу професійність у роботі з інформацією, застосовуючи новітні технології та методи журналістики. Агентство використовує супутникові знімки, дані з відкритих джерел та власні розслідування для підтвердження фактів і створення візуальних матеріалів, які підсилюють ефект присутності для читача. Завдяки цьому АФП залишається одним із провідних джерел інформації про війну в Україні, надаючи світовій спільноті правдиву, неупереджену та детальну картину подій.

Агентство АФП акцентує, що український наступ у Курській області став неочікуваним для Росії, викликавши паніку серед місцевого населення. У матеріалах агентства наголошується, що цей наступ є важливим стратегічним кроком, який вплинув на перебіг війни. АФП дотримується нейтрального тону, об'єктивно висвітлюючи дії українських військ та російські контратаки. Нейтральність тону забезпечується балансуванням інформації між різними джерелами. У текстах використовується військова термінологія: «фронт», «наступ», «оборона», «контрнаступ», «прорив». Це підкреслює серйозність та

професійність висвітлення військових подій. Основний акцент робиться на стратегічному значенні наступу для України, що підкреслює його вплив на динаміку війни. АФП використовує широкий спектр джерел: заяви українських військових, російські офіційні повідомлення, а також аналітичні матеріали незалежних експертів[43].

У своїх публікаціях АФП звертає увагу на залучення Північною Кореєю військових для підтримки Росії. Цей факт агентство розглядає як одну з ключових ознак ізоляції Росії на міжнародній арені [44]. Тон публікацій вказує на занепокоєння ситуацією, акцентуючи увагу на можливих порушеннях міжнародних санкцій та ризиках ескалації конфлікту. Використовуються терміни на кшталт “найманці”, “іноземні бійці”, “військова допомога”, що підкреслюють нетиповість та загрозу цього явища. АФП формує наративи, які акцентують на залежності Росії від підтримки авторитарних режимів. Висвітлення підкреслює моральну ізоляцію Росії у глобальному контексті. Агентство посиляється на розвідувальні дані, заяви урядів різних країн та експертів у сфері міжнародних відносин.

«Франс Прес» висвітлює зміну тактики російських обстрілів, зазначаючи, що це є відповіддю на успішні контрнаступи ЗСУ. Агентство вказує на те, що ці зміни спрямовані на посилення тиску на цивільне населення. Публікації агентства засуджують такі методи, вказуючи на їх жорстокість та наслідки для цивільного населення. Використання емоційно забарвлених термінів «терор», «військові злочини», «жорстокість» підкреслює гуманітарний аспект проблеми. У текстах використовується емоційно забарвлена лексика, яка покликана привернути увагу до гуманітарних наслідків російських атак. АФП наголошує на необхідності міжнародної підтримки України та притягнення до відповідальності осіб, причетних до воєнних злочинів. Агентство посиляється на свідчення очевидців, офіційні дані української влади, а також звіти міжнародних організацій [45].

Висвітлення міжнародною агенцією «Франс Прес» можна охарактеризувати як об'єктивне, з чітким дотриманням журналістських стандартів. Агентство використовує різноманітні джерела інформації, залучаючи дані від сторін конфлікту, незалежних експертів та міжнародних організацій. У матеріалах спостерігається певне співчуття до України, що проявляється у висвітленні гуманітарних аспектів та стратегічного значення подій для країни. Таким чином, АФП демонструє збалансований підхід до висвітлення подій, який забезпечує надання читачам повної та достовірної інформації про війну в Україні.

Залучення Північною Кореєю військового персоналу для підтримки російських збройних сил є індикатором геополітичної ізоляції Росії та змушує її вдаватися до співпраці з режимами, які перебувають під міжнародними санкціями. Військова кооперація між Росією та Північною Кореєю кваліфікується як порушення резолюцій Ради Безпеки ООН, що запроваджують санкції проти обох країн, створюючи прецедент ігнорування міжнародного права та підриву системи колективної безпеки. Присутність північнокорейських військових на театрі воєнних дій потенційно дестабілізує регіон, підвищуючи ризик розширення конфлікту та залучення нових акторів. Медіа, зокрема АФР, відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, використовуючи специфічну термінологію ("найманці", "іноземні бійці") для конструювання образу дії. Для ідентифікації військовослужбовців Північної Кореї застосовуються методи аналізу візуальних матеріалів (фото, відео) з відкритих джерел, а також дані розвідки. Експерти припускають, що Пхеньян мотивований отриманням економічної та технологічної допомоги від Москви. Військова присутність Північної Кореї в Україні може спричинити дестабілізацію в Північно-Східній Азії. Залучення військових Північної Кореї несе потенційні ризики порушення прав людини та загострення гуманітарної кризи. Аналіз дискурсу навколо участі Північної Кореї у конфлікті свідчить про його комплексний характер, що охоплює політичні, правові, військові та гуманітарні

аспекти. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на вивчення довгострокових наслідків та потенційних сценаріїв розвитку ситуації.

«Франс Прес» також звертає увагу на зміну тактики російських обстрілів, що, за даними агентства, стала відповіддю на успішні контрнаступи ЗСУ. У матеріалах зазначається, що такі дії спрямовані на залякування цивільного населення. Агентство використовує емоційно забарвлену лексику, таку як "терор", "військові злочини", "жорстокість", привертаючи увагу до гуманітарних наслідків російських атак. Посилання на свідчення очевидців, дані української влади та доповіді міжнародних організацій підкріплюють ці твердження. Наприклад, «Франс Прес» проводить власні розслідування, спілкуючись з очевидцями та аналізуючи місця обстрілів.

Агентство демонструє прагнення до об'єктивного та всебічного висвітлення війни в Україні. Воно активно залучає супутникові дані, свідчення очевидців, документи міжнародних організацій та інші методи перевірки інформації. Висвітлення гуманітарних аспектів війни, таких як страждання цивільного населення, є важливою складовою роботи «Франс Прес». Агентство підкреслює міжнародний контекст подій та реакцію світової спільноти на війну. У цілому, «Франс Прес» надає достовірну та всебічну інформацію, допомагаючи світовій спільноті краще зрозуміти складність конфлікту в Україні.

3.3. Проблеми у збалансованості інформації про російсько-українську війну у матеріалах «Рейтер»

«Рейтер» – одне з провідних міжнародних інформаційних агентств, відоме своєю увагою до аналітики, геополітичної перспективи та економічних аспектів подій. Агентство широко використовує експертні коментарі, статистичні дані та аналітичну тональність у своїх матеріалах. Висвітлення війни в Україні восени 2024 року демонструє унікальні особливості підходу «Рейтер» до подачі інформації, які заслуговують на ретельний аналіз. Маючи широку мережу

кореспондентів у понад 100 країнах, «Рейтер» надає новини та аналітичну інформацію мільйонам споживачів за добу. Його репортажі знаходять широке застосування серед засобів масової інформації, бізнесових структур, урядових установ та фінансових ринків. За допомогою даних «Рейтер» приймаються вагомі рішення у різних сферах.

Агентство слугує ключовим джерелом інформації для високопрофільних аналітичних досліджень та формування громадської думки. Утім, останнім часом постали питання щодо об'єктивності агентства у висвітленні війни в Україні.

Зокрема, дослідження спростовують незалежність агенція «Рейтер», вказуючи на потенційну тенденційність у відборі джерел та тональності матеріалів. В межах висвітлення війни «Рейтер» часто цитує російських офіційних осіб та експертів, які пропонують свою інтерпретацію подій. У деяких випадках ця точка зору передається без належної критики чи балансу, що сприяє виникненню почуття упередженості.

Крім того, аналітика «Рейтер» відома своєю глибиною та багатогранністю. Агентство зосереджується на геополітичних аспектах та приділяє значну увагу економічним аналізам подій. Це сприяє появі різносторонньої інтерпретації подій, проте вимагає критичного підходу до оцінки наданої інформації.

Український наступ у Курській області висвітлювався «Рейтер» як важлива подія, яка, однак, супроводжувалася складнощами для українських військ. Агентство акцентувало увагу на запеклому опорі з боку Росії та ризиках затяжного протистояння. Зокрема, у статті зазначалося: «Українські війська досягли обмежених успіхів у контрнаступі в Курській області, але зіткнулися із запеклим опором російських військ». Тональність повідомлення була здебільшого нейтральною, хоча в окремих матеріалах простежувався скептицизм щодо здатності України досягти значних успіхів у протиборстві з ворогом. Агенція «Рейтер» використовувала стандартну військову термінологію, але іноді застосовував вирази, що могли трактуватися як вигідніші для російської сторони, наприклад, «обмежені успіхи» замість «значні просування». Наративи часто

підкреслювали високі втрати з українського боку, ризик затяжної війни та виклики, з якими стикаються Збройні сили України. Джерела включали українські та російські офіційні заяви, причому іноді більша вага надавалася саме російській позиції. [46]

Агентство докладно аналізувало перебіг бойових дій, стратегічне значення наступу та його можливі наслідки. Матеріали акцентували увагу на складнощах, з якими зіткнулися українські війська, та на запеклому опорі російської сторони. Тон публікацій був здебільшого нейтральним, хоча іноді спостерігався скептицизм щодо здатності України досягти значних успіхів. У матеріалах також часто наголошувалося на високих втратах української сторони та ризиках затяжного конфлікту.

Залучення північнокорейських військових висвітлювалося значно менш активно. У «Рейтер» згадували цю подію в контексті інших тем, не приділяючи їй окремої уваги. Тон висвітлення був стриманим і фактологічним, без емоційного забарвлення чи засудження дій Північної Кореї. У матеріалах використовувалися терміни «військова допомога» та «співпраця», що підкреслювало нейтральність позиції агентства. Джерелами інформації слугували анонімні розвідувальні дані, а також офіційні заяви Росії та Північної Кореї, що свідчило про обережний підхід до висвітлення цієї теми.

«Рейтер» часто використовує такі ключові слова, як «наступ», «оборона», «втрати», що допомагало структурно описувати події. Наприклад, слово «наступ» широко вживалося у висвітленні українських військових операцій, тоді як «оборона» переважно стосувалася російських дій. Слово «втрати» застосовувалося для опису наслідків бойових дій, із наголосом на складнощах, які виникають у обох сторін конфлікту.

Емоційно забарвлені слова у висвітленні «Рейтер» були збалансованими. Для опису дій України використовувалися терміни «рішучий», «сміливий», але також «ризикований» і «з великими втратами». Щодо дій Росії часто застосовувалися такі слова, як «жорсткий», «безкомпромісний», «агресивний», а

іноді й «ефективний» та «стратегічний». Це створювало враження про Росію як сильного супротивника, з яким важко боротися.

Залучення Північною Кореєю військових для підтримки Росії, Reuters подав цю інформацію як факт, але без глибокого аналізу чи значного акценту на її негативних наслідках. Тон публікацій був стриманим і фактичним, без вираженого осуду дій Північної Кореї. У матеріалах використовувалися нейтральні терміни, такі як «військова допомога» та «співпраця». Наприклад, у статті зазначалося: «За повідомленнями, північнокорейські війська приєдналися до бойових дій в Україні разом з російськими військами.» Джерела включали анонімні дані розвідки, офіційні заяви Північної Кореї та Росії, що підкреслює обережний підхід агентства до висвітлення цієї теми. «Рейтер» не просував чітких наративів щодо цієї події, зосереджуючись переважно на фактології.

Зміна тактики російських обстрілів також знайшла відображення у матеріалах «Рейтер». Агентство розглядало це як частину військової стратегії Росії, однак не робило акценту на гуманітарних наслідках. Публікації мали аналітичний і описовий характер, що підкреслювалося такими виразами: «Russia has adapted its missile and drone attacks to overcome Ukrainian air defenses». Використання мови було позбавлене емоційного забарвлення, а термінологія – здебільшого технічна. У статтях підкреслювалася ефективність нової тактики Росії та виклики, які постають перед Україною в протидії цим діям. Джерела включали російських військових експертів, західних аналітиків, що дозволило «Рейтер» надати різносторонній погляд на ситуацію [47].

Проблема балансу у висвітленні війни є однією з найскладніших для будь-якого міжнародного медіа. Міжнародне інформаційне агенство «Рейтер» намагається залишатися об'єктивним, дотримуючись принципів об'єктивності, обирає шлях подання коментарів з обох сторін конфлікту. Та останнім часом в умовах російсько-української війни така «збалансованість» між агресором та жертвою у висвітленні подій набуває вигляду ніби виправдання військової агресії та призводить до того, що агресивні дії у такому трактуванні

сприймаються як легітимні. Ця проблема стосується в цілому і міжнародної журналістики, коли прагнення до нейтральності може бути використане й як інструмент для поширення пропаганди. Подібне висвітлення російсько-української війни у інформаційних матеріалах «Рейтер» викликало критику українських експертів та дискусії міжнародної громадськості щодо об'єктивності і неупередженості. На тлі повномасштабної агресії щодо України репортажі «Рейтер» були різними щодо дотримання стандартів журналістики.

Так, міжнародне агенство «Рейтер», починаючи з 2022 року, використовувало у репортажах терміни, які розмивали у читачів об'єктивне сприйняття масштабів російсько-української війни. Наприклад, у новинах агентства спочатку використовували вирази на кшталт «внутрішній конфлікт», що не відображало реальну ситуацію і створювало помилкове враження у світової громадськості, ніби війна має лише внутрішні причини, без врахування зовнішньої військової агресії росії. Таке нейтральне й обережне формулювання створювало враження, що конфлікт не має чіткої сторони агресора і жертви та значно ускладнювало розуміння цього питання у міжнародній спільноті. Використовували у новинах журналісти «Рейтер» і термін «криза», який насамперед широкоживаний у російських медіа, що у свою чергу викликало обурення серед української та міжнародної спільноти. Події на фронті в Україні, думки експертів та громадськості щодо неповноти і необ'єктивності оцінок у висвітлення подій російсько-української війни змусили агенство «Рейтер» змінити поверховий і тенденційний підхід до подій з метою подальшого покращення інформування про реалії російсько-української війни. Агентство традиційно продемонструвало гнучкість інформаційної політики, реагуючи на критику і змінюючи тональність своїх матеріалів для точнішого відображення реальності. «Рейтер» змінило термін, яким називало вторгнення Росії в Україну з «внутрішнього конфлікту» на «українську кризу», але після значної критики удосконалило термінологію, назвавши війну «війною» [2]. МЗС України доводилося реагувати на подібні випадки у діяльності медіа. Так, Рейтер було вказано не те, що треба дотримуватися міжнародних визначень, ватажків

окупантів на Донбасі називати не «сепаратистами», а «російською окупаційною адміністрацією» [48]. Це повідомлення і подібні підривають зусилля українців і світу з притягнення Росії до відповідальності за скоєні злочини, адже йдеться і про європейську безпеку, що забезпечується і відповідальною журналістикою.

У окремих матеріалах журналісти «Рейтер» відверто трансливали російську пропаганду, посиляючись на підбір певних висловлювань і цитат політиків без належного контексту. Це створює у читачів враження нейтральності, має маніпулятивний характер та вводить світову аудиторію в оману. «Вибір цитат російських чиновників без додаткового критичного аналізу» [4] створює хибні враження, що ці твердження ніби правдиві та прийнятні.

Вибір слів та тональності у висвітленні війни має великий вплив на формування громадської світової думки. «Рейтер» як міжнародне агентство висвітлює події в Україні і впливає на сприйняття їх аудиторією за межами держави. На жаль, інформація подається не завжди коректно і достовірно порівняно з іншими інформаційними агентствами. Так, ВВС як медіа чітко вживає терміни щодо воєнних подій в Україні, достовірно відображає факти агресії з боку росії, акцентуючи увагу на злочинних діях та наслідках для мирного населення. У цьому й полягає різниця у підходах до висвітлення російсько-української війни цими агентствами, і відповідно у ролі редакційної політики щодо формування пропагандистських наративів [49].

Таким чином, враховуючи складність ситуації, важливо, щоб міжнародні медіа дотримувалися принципів не лише об'єктивності, але й відповідальності перед своєю аудиторією, особливо коли йдеться про такі важливі питання, як війна та мир.

Висвітлення російсько-української війни агентством «Рейтер» викликає суперечливі оцінки. З одного боку, прагнення до об'єктивності та висвітлення поглядів різних сторін дозволяє агентству зберігати статус нейтрального міжнародного джерела новин. А з іншого боку, використання неоднозначної термінології та відсутність належного критичного контексту іноді призводять до

спотвореного розуміння подій російсько-української війни та навіть легітимізації агресії. Принцип дотримання балансу інформації вимагає від «Рейтер» у подальшому подання ширшого контексту, глибоких коментарів сторін, щоб уникати пропагандистських наративів [50].

Висвітлення «Рейтер» загалом можна охарактеризувати як стримане та фактичне, однак з певним ухилом у бік російської позиції. У багатьох випадках агентство применшувало успіхи України, наголошуючи на складнощах та високих втратах, які супроводжують військові дії. Вибір джерел і тональність матеріалів в окремих випадках свідчать про недостатнє висвітлення негативних наслідків дій Росії та гуманітарних аспектів конфлікту. Це створює певну дискусійність щодо редакційного підходу «Рейтер» у контексті висвітлення війни в Україні.

Матеріали агентства формували у аудиторії певне сприйняття подій, підкреслюючи виклики, з якими стикається Україна, та складність протистояння Росії. Це могло мати вплив на міжнародну підтримку України, створюючи враження про тривалість і високу ціну конфлікту [51].

Порівняно з іншими агентствами, такими як АП та АФП, «Рейтер» вирізняється своєю аналітичністю та увагою до військових і політичних аспектів конфлікту. У той час як АП демонструє емпатійний підхід до України, а АФП зосереджується на нейтральності й гуманітарних аспектах, Reuters іноді проявляє ухил у бік російської позиції. Це може бути результатом акценту на технічному та геополітичному аналізі, що залишає поза увагою гуманітарні аспекти війни.

Висновки до розділу 3

Розділ 3 присвячений порівняльному аналізу контенту трьох впливових міжнародних інформаційних агентств АП, Франс Прес та Ройтер – у контексті висвітлення російсько-української війни восени 2024 року. Детальне

дослідження матеріалів цих агентств дозволило виявити як спільні риси, так і принципові відмінності в їхніх редакційних підходах, що, у свою чергу, впливає на формування глобального інформаційного простору та сприйняття війни міжнародною спільнотою.

Усі три агентства демонструють зобов'язання до оперативності та достовірності. Вони оперативно реагують на події, спираються на перевірені джерела та застосовують багатосторонню верифікацію інформації, що забезпечує високий рівень достовірності їхніх матеріалів. Крім того, вони використовують усталену військову термінологію, яка сприяє чіткому та професійному висвітленню бойових дій і робить інформацію доступною для широкої аудиторії. Ще однією спільною рисою є прагнення до збалансованого використання емоційно забарвленої лексики. Хоча емоційна тональність матеріалів може відрізнятися залежно від конкретної події та агентства, загалом АП, Франс Прес та Ройтер намагаються уникати надмірної експресивності та суб'єктивізму. Проте між агентствами існують помітні відмінності в тональності висвітлення та наративах. АП демонструє емпатію до України та критикує Росію, використовуючи емоційну мову та яскраві образи для підкреслення героїзму українського народу та важливості міжнародної підтримки. Франс Прес зберігає нейтральний тон, об'єктивно висвітлюючи події, але з певним акцентом на позиції України як жертви агресії та приділяючи значну увагу гуманітарним аспектам війни. «Рейтер», своєю чергою, характеризується стриманим і фактичним висвітленням, однак із певним ухилом у бік російської позиції. Це агентство іноді применшує успіхи України та акцентує на складнощах, з якими вона стикається.

Щодо вибору джерел, АП активно цитує українських військових, офіційних осіб та західних аналітиків. Франс Прес використовує широкий спектр джерел, включаючи заяви обох сторін конфлікту, незалежних експертів та міжнародних організацій. «Рейтер» часто цитує російських офіційних осіб та експертів, іноді надаючи їхній точці зору більшої ваги. Фокус висвітлення також

є різним: АП зосереджується на ключових аспектах конфлікту, таких як військові дії, гуманітарна криза та міжнародна реакція. Франс Прес аналізує соціальні, економічні та політичні наслідки війни, акцентуючи на гуманітарних аспектах і стратегічному значенні подій. Ройтер акцентує увагу на аналітиці, геополітичних аспектах та економічних наслідках війни. Ці редакційні підходи безпосередньо впливають на сприйняття аудиторією. АП формує у читачів співчуття до України та підтримку її боротьби за незалежність і територіальну цілісність. Франс Прес надає об'єктивну інформацію, дозволяючи аудиторії самостійно формувати власну думку про конфлікт. Ройтер може створювати у читачів враження про складність і тривалість конфлікту, що потенційно впливає на міжнародну підтримку України.

Таким чином, кожне з трьох інформаційних агентств має свій унікальний підхід до висвітлення російсько-української війни, що відображає різні редакційні політики, ціннісні орієнтації та геополітичні пріоритети. Для формування об'єктивного уявлення про російсько-українську війну необхідно критично аналізувати інформацію з різних джерел, враховуючи особливості редакційної політики кожного агентства. Лише комплексний підхід до споживання інформації дозволить уникнути маніпуляцій та сформувати власну незалежну думку про події в Україні.

ВИСНОВКИ

Здійснене дослідження діяльності міжнародних інформаційних агентств, таких як «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» щодо висвітлення російсько-української війни, дало змогу встановити їх провідну роль у формуванні глобального інформаційного порядку денного.

Структура та організаційні особливості міжнародних інформаційних агентств «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» дозволяють їм ефективно функціонувати в умовах глобального інформаційного простору, забезпечуючи безперервний потік новин, їхню достовірність та оперативність, що є важливим для формування суспільної думки та підтримки міжнародної комунікації. Ці міжнародні агентства забезпечують світову громадськість оперативною, достовірною та об'єктивною інформацією, створюючи уявлення про війну для міжнародної аудиторії.

Міжнародні кодекси, декларації та рекомендації ООН, ЮНЕСКО й інших організацій виступають глобальними орієнтирами, забезпечуючи необхідний рівень уніфікації професійних підходів у «Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» і сприяючи підвищенню довіри аудиторії до медіа.

Здійснений моніторинг та контент-аналіз довели, що вони значною мірою дотримуються міжнародних журналістських стандартів, зокрема принципів об'єктивності, збалансованості та перевірки фактів. Водночас кожне агентство має свої унікальні редакційні підходи до висвітлення конфлікту.

Агентство «Ассошіейтед Прес» зосереджується на універсалізації новинного контенту для максимально широкої аудиторії, приділяючи увагу як гуманітарним аспектам війни, так і її політичним наслідкам. Відомо, що це

агентство намагається уникати явної упередженості, демонструючи високий рівень дотримання журналістських стандартів. Його акцент на мультикультурність та універсальність дозволяє створити збалансоване висвітлення подій.

Агентство «Рейтер» демонструє акцент на економічних аспектах війни, що пов'язано з його традиційною спеціалізацією. Однак аналіз свідчить, що у висвітленні російсько-української війни агентство демонструє певну упередженість, яка може сприйматися як більш лояльна до Росії позиція, ніж до України. Це проявляється в доборі тем, акцентуванні на геополітичних аргументах Росії та певному зменшенню й нейтралізації критики російських дій. Така тенденція може пояснюватися як культурними, так і політичними факторами, включно із впливом бізнес-інтересів на редакційну політику.

«Франс Прес» відзначається акцентом на соціокультурних аспектах конфлікту, зокрема на впливі війни на культуру, громадянське суспільство та гуманітарну сферу. Це агентство часто використовує візуальний контент для посилення емоційного впливу на аудиторію. Зокрема, якісні фотографії та відеоматеріали, які поєднуються з точними текстовими поясненнями, стають ефективними засобами передачі інформації. Такий підхід сприяє створенню ефекту занурення в події, дозволяючи глибше розуміти соціальні наслідки війни.

Журналістські матеріали у «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» розподіляються за різними групами жанрів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Інформаційні жанри є провідними у «Асошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес», оскільки їхня головна функція – швидке та точне подання фактів. Це і новини, замітка як короткий інформаційний матеріал, репортажі, інтерв'ю. Значну увагу було приділено аналізу тематики і наративів контенту. З'ясовано, що тематика матеріалів охоплює широкий спектр питань — від гуманітарних криз до глобальних політичних наслідків війни.

В умовах російсько-української війни проблема подання інформації за принципом «збалансованості» у висвітленні подій між агресором та жертвою у

«Ассошіейтед Прес», «Рейтер» та «Франс Прес» набуває іноді вигляду ніби виправдання військової агресії та призводить до того, що агресивні дії у такому трактуванні сприймаються міжнародною спільнотою як легітимні. Ця проблема стосується в цілому і міжнародної журналістики, коли прагнення до нейтральності може бути використане й як інструмент для поширення пропаганди і маніпулятивної інформації.

Аналіз маніпулятивних повідомлень, що з'являються в медіа, показав, що ці агентства здебільшого уникають їх поширення, однак деякі матеріали можуть містити непрямі елементи впливу, зумовлені культурними або політичними особливостями. Завдяки системі фактчекінгу та багаторівневій перевірці інформації, ці агентства значною мірою забезпечують довіру аудиторії та мінімізують ризик дезінформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреев Д. Завдання та механізми правового регулювання діяльності інформаційних агентств. Андреев Дмитро. Віче. 2013. № 10.
2. Богданські Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медій Роберт Богданські
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. Зігфريد Вайшенберг. К. : Академія Української Преси, 2011. 262 с
4. Дацків І.Б. Гринчишин А.А. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СВІТОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТ.// Східна Європа: економіка, бізне та управління Випуск 4 (04) 2016. С.25-29
5. Жиленко І. Р., Трубачова О. О. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, Укрінформ. Наукові записки Таврійського національного університету ім. В.І.Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». Т. 24 (63). 2011 г. №4. Ч. 1. С.409-414
6. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. О. В. Зернецька. Київ: Освіта, 1999. – 350 с.
7. Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. КНУ імені Тараса Шевченка. К., 1996. – 202 с.
8. Каппон Р. Дж. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : професійний порадник. Рене Дж. Каппон ; пер. з англ. А. Іщенка. К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2005. — 158 с
9. Коломієць В.Ф. Міжнародні інформаційні системи: Підручник. За ред. Гондюла В.П. К.: ВПЦ "Київський університет", 2001. – 458 с

- 10.Литвиненко О.В. та ін. Інформаційний простір як чинник забезпечення національних інтересів України. О.В. Литвиненко, І.Ф. Бінько, В.М. Потіха; КНУ ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин. – К., 1998. – 48 с
- 11.Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. Л.В. Губерський, Г.Г. Почепцов (наук. ред.). К., 2000. 368 с.
- 12.Миронченко В. Сучасна агенційна журналістика Віктор Миронченко Журналіст України. 2010. № 8. С. 25-28.
- 13.Нестеряк Ю. В. Інформаційні агентства як об'єкт наукового дослідження. Юрій Нестеряк. Наукові записки Інституту журналістики
- 14.Нестеряк Ю. В. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08. «Журналістика». Ю. В. Нестеряк. К., 2005. 21 с.].
- 15.Пантелеймонов О. Є. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» Пантелеймонов О. Є. Київ: Ін-т міжнар. відносин КНУ ім. Т. Шевченка, 2002.
- 16.Різун В.В., Мелешенко О.К. Інформаційні мережі в засобах масової інформації. Канал ИНФО-ТАСС. Київ. ун-т імені Тараса Шевченка. К., 2002. 96 с. 20.
- 17.СеМен. Н. Особливості подачі інформації подачі інформації про війну Росії проти України на ресурсі інформаційного агентства Асошиейтед Прес. Вісник національного університету «Львівська політехніка» : журналістика. 2(6). 2023. С.33-38.

- 18.Скуртул Г. Візуалізація контенту в практиці спеціалізованих інформаційних агентств. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції 28 квітня 2021 р., м. Запоріжжя. В.Л. Погребна, В.М. Попович, 76 Н.В. Островська, О.О. Турба та ін. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 130–132.
- 19.Скуртул Г. С. Українські мережеві інформаційні агенства в умовах медіаконвергенці. Обрії друкарства, No 1(6) / 201. С201-208.
- 20.Сучасна українська журналістика: історія, теорія, практика : збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2018 рік (секція «Журналістики») упоряд. Соломія Онуфрив. Львів : ПАІС, 2019. 140 с
Жугай В. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контент. Вчені записки ТНТУ імені В.І.Вернадського.Серія:Філологія. Журналістика. 2021. Вип. 32. С.120–125
- 21.Arhirova H. Ukrainian drone strikes another arms depot inside Russia, officials say. *AP News*.
- 22.Boyd-Barrett O. International communication and globalization: contradictions and directions in Ali Mohammadi (ed.), International communication and globalization. London: Sage Publications, 1997. P. 11-26.
- 23.Boyd-Barrett O. The Worldwide News Agencies: Development, Organization, Competition, Markets and Product. Milton Keynes: Open University Press, 1979. P. 833-855.
- 24.Rantanen T. Howard interviews Stalin. How the AP, UP and TASS smashed the international news cartel. Roy W. Howard Monographs in Journalism and Mass Communication Research, No. 3. London: Sage Publications, 1994.P. 346-362.
- 25.Rantanen T. The globalization of electronic news in the 19th century. *Media, Culture, and Society*, No.19:4, 1997. P. 438-466.

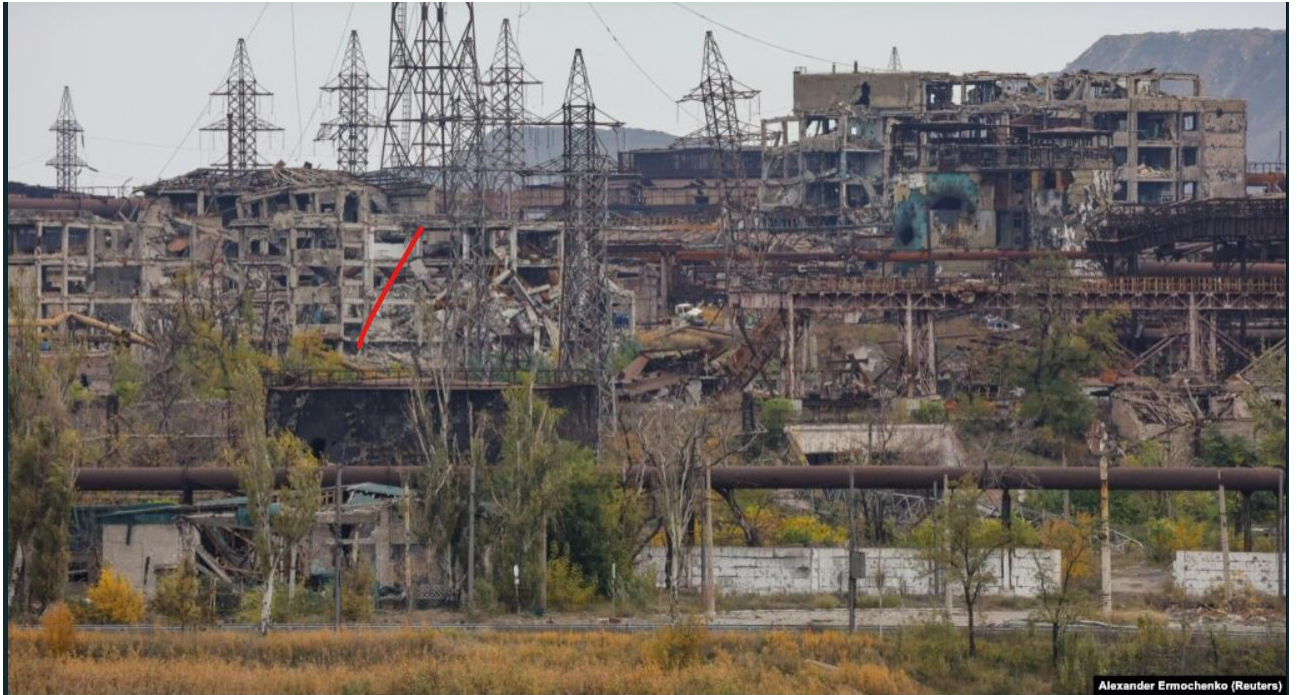
26. Galbraith J. K. The technostructure and the corporation in the new Industrial state in M. Zeitlin (ed.), *American Society Inc.* (2nd edn). Chicago: Rand McNally College Publishers. P. 202-213.
27. Stevenson Robert L. *Global Communication in the Twenty-First Century*. New York and London: Longman, 1994. 382 p.
28. Read D. *The Power of News. The History of Reuters*. Oxford: Oxford University Press, 1992. 220 p.
29. Musa M. News agencies, transnationalization and the new order. *Media, Culture and Society*, No. 12, 1990. P. 325-342.
30. Musa M. from optimism to reality: an overview of third world news agencies in P. Golding and P. Harris (eds.), *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication and the New International Order*. London: Sage, 1997. – 330 p.
31. Kim H.-J. North Korea's Kim vows steadfast support for Russia's war in Ukraine. *AP News*.
32. Kliesh R. *A Vanishing Species: The American Newsman Abroad*. Chicago: US Overseas Press Club Directory, 1975. – 132 p.
33. Lister T. Kyiv's incursion into Russia sends a defiant message to its Western backers: We can win this war. CNN. *CNN*.
34. Alterman S. Reuters. Paper presented at EAPA Seminar, Athens, 27-28 May 1999. 18 p.
35. Schaer W. Ownership of News Agencies and Conflicts of Interest. Paper presented at EAPA Seminar, Athens, 27-28 May 1999. 14 p.
36. Putnis P. The Integration of Reuters into the Australian Media System in the Late Nineteenth and Early Twenties Centuries. Paper presented to the IAMCR General Assembly and Conference, Glasgow, 1998. 24 p.

37. Sreberni-Mohammadi A. The global and the local in international communications in J. Curran and M. Gurevitch (eds.), *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold, 1991. – P. 128-139.
38. Deutsch K. W. Shifts in the Balance of Communication Flows: A Problem of Measurement in International Relations. *Public Opinion Quarterly*, XX:1, Spring 1956. P. 146.
39. Merrill J. [Ed.]. *Global Journalism; Survey of International Communication*. New York: Longman, 1995. 288 p.
40. Mowlana H. A Paradigm for Comparative Mass Media Analysis // in H.-D. Fischer and J. C. Merrill (eds.), *International and Intercultural Communication*. New York: Hastings, 1976. P. 474-484.
41. Rosengren K. E. Bias in News: Methods and Concepts in Cleveland Wilhoit (ed.), *Mass Communication Review Yearbook 1*. Beverly Hills, California: Sage Publications, 1980. P. 146-158.
42. Sparkes Vernon M. The Flow of News Between Canada and the United States *Gazette*, Vol. 55, No. 2, 1978 P. 260-268.
43. Schwarzlose Richard A. Trends in Newspaper Wire Service Resources 1934-66 *Journalism Quarterly*, Vol. 43, No. 4, 1966. P. 627-638.
44. Wilke J. and Rosenberger B. Importing foreign news: a case study of the German service of the Associated Press. *Journalism Quarterly*, Vol. 71, 1994. P. 421-432.
45. Palmer M. and Tunstall J. *Media Moguls*. London: Rutledge, 1991. 260 p.
46. Paterson C. *News Production at Worldwide Television News (WTN): An Analysis of Television News Agency Coverage of Developing Countries*. Ph.D. dissertation, University of Texas at Austin, 1996. 610 p.
47. Giffard A. C. The Technical Information Pilot System. *Journal of Development Communication*, June 1994. P. 34-44.

48. Hjarvard S. Deregulation Policies and European Media Cooperation in Sekvens Yearbook of Film and Media Studies. Copenhagen: University of Copenhagen, 1998. P. 148-156.
49. Desmond R. W. The Information Process. World News Reporting To The Twentieth Century. University of Iowa Press, 1978. 480 p.
50. Boyd-Barrett O., Rantanen T. The Globalization of News. New York: SAGE Publications, Thousand Oaks, 1998. – 230 p.
51. Final Report of the Workshop on News Agencies in the Era of the Internet, UNESCO, January 28 – 31, 2001. – 52 p.

ДОДАТКИ

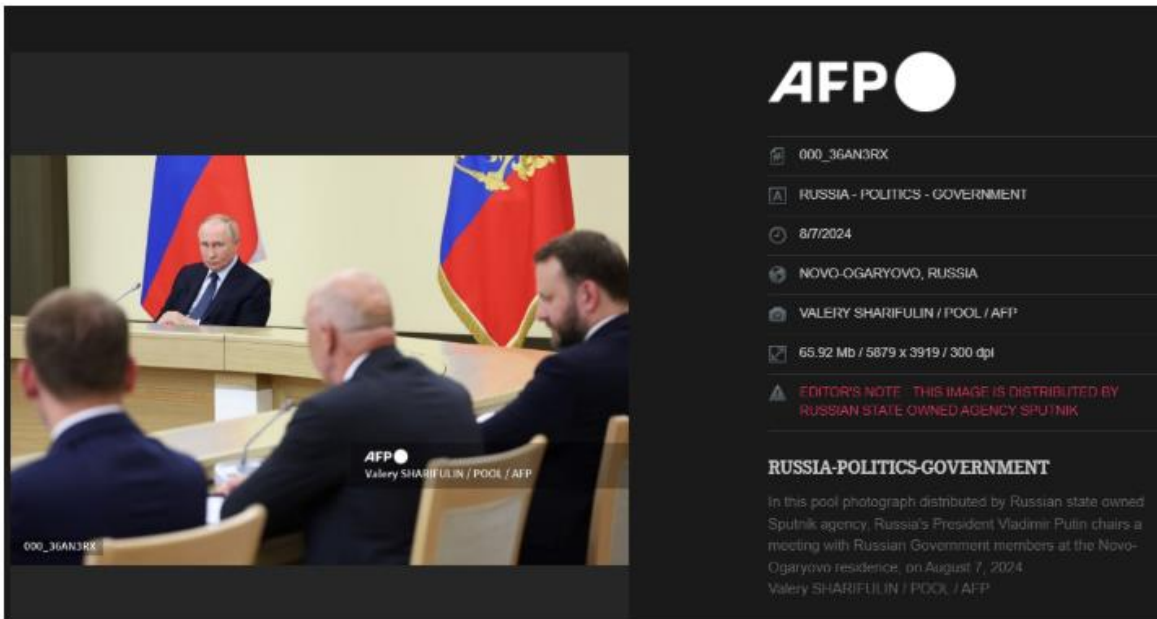
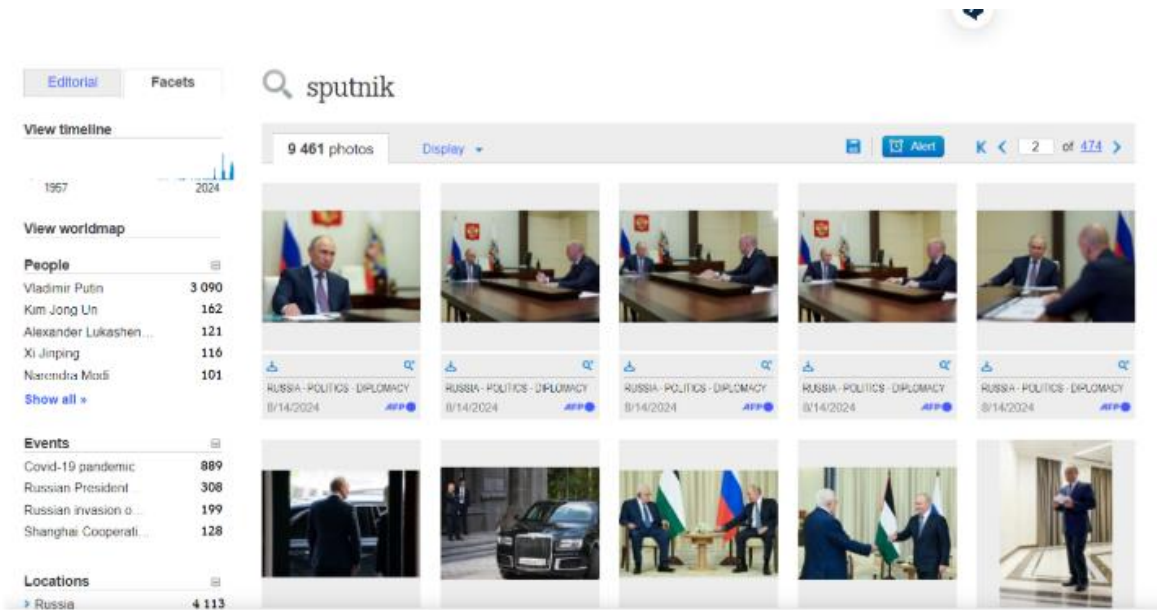
Додаток А



Скріншот фрагменту фоторепортажу про окупований Маріполь фотографа агенції «Ройтер»

Джерело [36]

Додаток Б



Приклад незбалансованої інформації Франс Прес

Додаток В

[DONATE](#)


AP WORLD U.S. ELECTION 2024 POLITICS SPORTS ENTERTAINMENT BUSINESS SCIENCE FACT CHECK ODDITIES BE WELL NEWSLETTERS

Live: UnitedHealthcare CEO shooting Syria latest China investigates Nvidia Franklin Fire 'Mufasa'

AP SETS THE STANDARD FOR SUPPORT INDEPENDENT, FA

WORLD NEWS

Ukrainian drone strikes another arms depot inside Russia, officials say




1 of 2 | A Ukrainian serviceman of the 126th brigade air-defense unit fires by a machine gun during the training in Kherson region, Ukraine, Oct. 4, 2024. (AP Photo) [Read More](#)

BY **HANNA ARHIROVA**
Updated 1:28 PM GMT+2, October 9, 2024 [Share](#)

KYIV, Ukraine (AP) — A Ukrainian drone struck an important arms depot inside Russia, the Ukraine military said Wednesday, three weeks after another drone [blasted a major Russian armory](#) and three days after a drone [smashed into a key oil terminal in Russia-occupied Crimea](#).

The Tuesday night strike targeted an arsenal in Russia's Bryansk border region where missiles and artillery munitions were stored, including some that had been [delivered by](#)

Suggested 

Приклад візуального контенту АП

Ukraine confirms second Danish delivery of F-16s as Zelenskyy seeks support in Paris



1 of 6 | Ambulance paramedics provide first aid to a man injured by a Russian strike in Zaporizhzhia, Ukraine, December 6, 2024. (AP Photo/Kac) Read More

ADVERTISEMENT



Support

Democra depends on an independ free pres:

DONATE

Updated 12:47 PM GMT+2, December 7, 2024

Share

KYIV, Ukraine (AP) — Denmark has delivered a second batch of [F-16 fighter jets](#) to Ukraine, President Volodymyr Zelenskyy said Saturday as he traveled to Paris to meet with top politicians and dignitaries.

In a message on Telegram, Zelenskyy praised Denmark and lamented a lack of dedication from other allies.

"The first batch of planes provided by the Danes are already shooting down Russian missiles: rescuing our people and our infrastructure. Now our air shield is reinforced even further," he said. "If all partners were so determined, we would have been able to

Suggested For You



Скріншот фрагменту контенту ашенції АП