

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СУЧАСНІ ІНФОРМАГЕНТСТВА
ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ПРО СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ
ЖИТТЯ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ**

Студентки IV курсу, групи 4ЖБ
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Крушельницької Софії Андріївни

Науковий керівник: – **Горобець Р. І.**,
асистент, доктор філософії зі
спеціальності 035 Філологія,

Розширена шкала _____
Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS ____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Вінниця – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНФОРМАГЕНТСТВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ	
1.1 Поняття, структура та функції інформаційних агентств	7
1.2 Етапи розвитку інформаційних агентств, їх класифікація	12
1.3 Значення інформагентств у формуванні інформаційного простору	17
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАГЕНТСТВ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ	
2.1 Провідні українські інформаційні агентства: специфіка роботи та вплив...	22
2.2 Міжнародні інформагентства та їх роль у висвітленні суспільно-політичних подій	30
2.3 Співпраця українських і світових інформагентств у контексті глобалізації	37
РОЗДІЛ 3. ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАГЕНТСТВ	
3.1 Фейки, дезінформація та проблема інформаційних маніпуляцій	41
3.2 Цифрова трансформація та роль технологій у розвитку інформагентств	44
3.3 Перспективи розвитку українських інформагентств у міжнародному контексті	49
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТОК А. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ	62
ДОДАТОК Б. ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ ІНФОРМАГЕНТСТВ	63

ДОДАТОК В. НАПРЯМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНФОРМАГЕНТСТВ

64

ВСТУП

Сучасний інформаційний простір зазнає кардинальних змін під впливом цифрових технологій, соціальних мереж та глобалізації медіа. В умовах зростаючого потоку інформації та швидкого поширення новин інформаційні агентства відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, забезпеченні оперативного доступу до актуальних подій та створенні інформаційної картини світу. Особливо важливим це питання є для України, яка перебуває в умовах повномасштабної війни, інформаційних викликів та потреби в достовірних джерелах даних.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю аналізу діяльності інформаційних агентств як основних джерел новин, їхнього впливу на суспільно-політичне життя, а також викликів, пов'язаних із маніпуляціями, дезінформацією та новими технологічними тенденціями. В умовах глобальної інформаційної війни, поширення фейків та гібридних загроз важливо оцінити, як працюють українські та міжнародні інформагентства, які підходи вони застосовують до висвітлення подій та які перспективи їхнього розвитку в цифрову епоху.

Мета дослідження – проаналізувати діяльність сучасних інформаційних агентств як джерел суспільно-політичної інформації в Україні та світі, визначити їхній вплив на суспільні процеси та оцінити перспективи розвитку в умовах цифрової трансформації.

Відповідно до мети поставлено такі **завдання**:

1. Розглянути теоретичні основи діяльності інформаційних агентств, їхню структуру та функціонування.

Дослідити особливості роботи українських (Укрінформ, «Інтерфакс-Україна», «УНІАН») та міжнародних (Reuters, Associated Press, Agence France-Presse) інформагентств у сфері суспільно-політичного інформування.

2. Проаналізувати вплив інформаційних агентств на громадську думку та політичні процеси.

3. Оцінити ризики поширення дезінформації та проблеми інформаційних маніпуляцій.

4. Визначити перспективи розвитку інформаційних агентств в умовах цифровізації та впливу технологій.

Об’єкт дослідження – діяльність сучасних інформаційних агентств у сфері висвітлення суспільно-політичного життя.

Предмет дослідження – підходи, методи та особливості роботи українських і міжнародних інформагентств у формуванні новинного контенту.

Методи дослідження:

- аналіз і синтез – для вивчення структурних особливостей інформаційних агентств;
- порівняльний аналіз – для зіставлення діяльності українських і міжнародних інформагентств;
- контент-аналіз – для оцінки наповнення новинних повідомлень та рівня їх об’єктивності;
- метод кейс-стаді – для розгляду конкретних ситуацій впливу інформаційних агентств на суспільну думку.

Джерела дослідження. У процесі дослідження були використані аналітичні матеріали українських та міжнародних організацій, наукові праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, а також офіційні ресурси провідних інформаційних агентств. Теоретичну основу склали праці А. Куліша, І. Кузьменка, О. Мартинюка, Н. Павленко, В. Скуратівського, С. Тараненка, Н. Чабаненка та інших. Практична частина спиралася на матеріали Інституту масової інформації, StopFake, EANA, Reuters, AFP, Deutsche Welle, а також офіційні звіти Укрінформу, УНІАН, Інтерфакс-Україна. Залучені джерела дозволили комплексно дослідити тему і забезпечили достовірність отриманих результатів.

Наукова новизна та практичне значення дослідження. Наукова новизна роботи полягає у всебічному аналізі діяльності інформагентств з урахуванням сучасних викликів цифрової доби та інформаційної безпеки. Практичне значення полягає в можливості використання результатів дослідження для покращення механізмів роботи українських медіа, підвищення рівня інформаційної грамотності суспільства та боротьби з дезінформацією.

Таким чином, дослідження є важливим як у теоретичному, так і в практичному аспекті, оскільки сприяє глибшому розумінню ролі інформаційних агентств у сучасному суспільстві та окреслює можливі напрями їхнього розвитку в майбутньому.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. Одержані результати дослідження доповнюють наукові уявлення про функціонування сучасних інформаційних агентств та їх роль у висвітленні суспільно-політичних процесів. Матеріали роботи можуть бути використані для подальшого дослідження проблематики інформаційної безпеки, впливу медіа на громадську думку та процесів цифрової трансформації ЗМІ.

Практичне значення полягає у можливості використання результатів у професійній діяльності журналістів, редакторів та викладачів журналістських спеціальностей. Дослідження може стати основою для спецкурсу «Сучасні інформаційні агентства», а також бути корисним у підготовці фахівців у сфері новинних медіа та фактчекінгу.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Результати й теоретичні положення дослідження представлено під час виступу на Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи», тема доповіді: «Висвітлення війни у сучасних інформагентствах (на прикладі «Укрінформ»» (Суми, 22-23 травня 2025 р.).

Публікації. За темою кваліфікаційної роботи опубліковано 2 наукові статті:

1. Крушельницька С. Інформагентство «Укрінформ»: структура, контент. *Інтернет-журналістика та новітні технології в сучасних медіа: збірник матеріалів II Всеукраїнської науково-практичної онлайнової конференції* / за ред. В.О.Гандзюка. Вінниця : ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2025. 225 с.

2. Крушельницька С. Висвітлення війни у сучасних інформагентствах (на прикладі «Укрінформ»). *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи: збірник матеріалів V науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців*. Суми : СумДУ, 2025.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять підрозділи, висновків, списку використаних джерел (50 позицій) та додатків. Загальний обсяг роботи – 61 сторінки, основного тексту – 54 сторінки.

РОЗДІЛ 1

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ІНФОРМАГЕНТСТВ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ

1.1 Поняття, структура та функції інформаційних агентств

Інформаційне агентство – це спеціалізована організація, що професійно займається збиранням, обробкою, перевіркою та розповсюдженням актуальної інформації для засобів масової інформації, органів влади, бізнес-структур та широкої аудиторії. Перші інформагентства виникли ще у XIX столітті (зокрема відоме Французьке агентство Havas у 1835 році, пізніше трансформоване у Agence France-Presse), але з розвитком телеграфу, радіо, телебачення та Інтернету їх роль і вплив значно зросли [42, с. 16].

У сучасному інформаційному просторі інформаційні агентства є не просто каналом передачі новин, а ключовою ланкою в ланцюзі формування суспільної думки. Вони виконують завдання швидкої та професійної доставки достовірних даних, які слугують основою для журналістських матеріалів, офіційних заяв, публічних комунікацій та навіть міжнародних політичних рішень [26, с. 32].

Інформаційні агентства є невід’ємним і центральним елементом системи сучасних засобів масової інформації. Вони виконують функцію інформаційного ядра, на якому базуються щоденні випуски новин телевізійних, радійних, друкованих та онлайн-ЗМІ. Від того, як агентство збирає, фільтрує та подає інформацію, значною мірою залежить якість усього інформаційного поля країни та навіть міжнародної спільноти [46, с. 112].

Інформаційне агентство в комунікаційному ланцюжку виступає своєрідним «оптовим постачальником» новинного контенту. Редакції новин телеканалів, друкованих ЗМІ, онлайн-медіа користуються стрічками новин агентств як базовим джерелом, на основі якого формують власні матеріали. Таким чином, агентства створюють своєрідний інформаційний фундамент,

який забезпечує оперативність, достовірність і професійну подачу новин [26, с. 56].

Основні аспекти місця інформантств у сучасній медіасистемі:

1. Першоджерело інформації. Найбільші світові агентства – такі як Reuters, Associated Press, Agence France-Presse – диктують інформаційний порядок денний для мільйонів споживачів новин у всьому світі. Аналогічну роль в Україні відіграють Укрінформ, «Інтерфакс-Україна», «УНІАН» [34].

2. Формування інформаційних трендів. Агентства не просто передають новини, а й визначають інформаційні акценти та пріоритети. Від вибору тем, які отримують найбільше висвітлення, залежить, про що говоритиме суспільство сьогодні та завтра. Наприклад, регулярне висвітлення подій на фронті, ситуації на окупованих територіях або гуманітарних проблем робить ці теми домінуючими в публічному дискурсі [17, с. 46].

3. Інструмент офіційних комунікацій та державної інформаційної політики. Зокрема, «Укрінформ» є уповноваженим державним агентством, через яке поширюються урядові повідомлення й позиції України на міжнародній арені [27, с. 86].

4. Партнерство з міжнародними інформаційними мережами. Українські агентства співпрацюють з міжнародними колегами, забезпечуючи обмін інформацією та представляють Україну в світовому інформаційному просторі. Це надзвичайно важливо в період війни, коли інформаційний фронт стає не менш важливим за військовий [8].

5. Медіаплатформа для спеціалізованих тем. Сучасні агентства не обмежуються лише новинами «з перших шпальт». Вони активно розвивають тематику економіки, фінансів, культури, науки, спорту, створюючи окремі аналітичні та тематичні платформи. Наприклад, «Інтерфакс-Україна» має окремі економічні і фінансові стрічки, які використовуються банками, інвесторами та державними структурами [19].

6. Роль у боротьбі з фейками та дезінформацією. Особливе місце інформантства посідають у боротьбі з фейками. Їхнє завдання –

публікувати лише перевірену інформацію й робити спростування неправдивих чуток. Укрінформ і низка українських медіа під час повномасштабного вторгнення створили окремі розділи «StopFake», де щодня аналізують і спростовують ворожу пропаганду [39].

7. Адаптація до цифрових технологій і діджитал-платформ. Сьогодні інформажентства перетворюються з традиційних новинних бюро у багатофункціональні цифрові медіахаби. Вони активно ведуть Telegram-канали, стрімінгові трансляції, використовують інтерактивні карти, створюють відеоконтент та інфографіку. Це дає змогу охопити нову аудиторію і зберегти свою конкурентоспроможність [10, с. 54].

Сучасний медіапростір характеризується надзвичайною швидкістю поширення інформації, великою кількістю джерел та зростанням загрози поширення дезінформації. У таких умовах роль інформаційних агентств стає стратегічно важливою, оскільки саме вони залишаються гарантами оперативності, достовірності та професійної журналістики.

Інформаційні агентства є першоджерелом для більшості новинних сайтів, телеканалів, друкованих ЗМІ. Вони отримують новини від кореспондентів, офіційних прес-служб, аналітичних центрів і несуть відповідальність за точність інформації [42, с. 83]. В умовах війни чи надзвичайних подій саме агентства формують основу для стрічки новин, надаючи офіційно підтверджені дані.

Агентства не лише відтворюють події, а й визначають, що буде «головною темою» для медіа-простору. Перші повідомлення від таких структур стають сигналом для журналістів готувати матеріали, для експертів – коментувати, а для редакцій – планувати випуски [42, с. 74].

Сучасні агентства не обмежуються новинами. Вони готують аналітичні огляди, інтерв'ю з експертами, довідкові матеріали, інфографіку, які допомагають розкрити складні теми для широкої аудиторії [25].

Агентства виступають організаторами прес-конференцій, брифінгів, онлайн-марафонів, публічних дискусій. Наприклад, Укрінформ часто

проводить круглі столи за участю представників уряду та громадських організацій, створюючи прозорий комунікаційний майданчик [40, с. 87].

Структура сучасного інформаційного агентства:

- редакційний відділ – ядро агентства, де формуються новини, аналітичні матеріали, репортажі [46, с. 45];
- кореспондентська мережа – власні та позаштатні репортери, які спеціалізуються за напрямками [27, с. 60];
- фото- та відеоредакція – забезпечення візуального супроводу новин [47, с. 70];
- технічний відділ та IT-служба – підтримка сайтів, трансляцій, кібербезпека [45];
- відділ маркетингу та партнерських зв'язків – комерційна діяльність агентства [8];
- архів та аналітична база даних – зберігання та доступ до архівних матеріалів [26, с. 93].

Серед основних функцій інформаційного агентства можна виділити такі:

1. Збір інформації. Агентства мають широку мережу кореспондентів, репортерів, фотожурналістів і власних джерел. Вони працюють як у великих містах, так і у віддалених регіонах, охоплюючи події у найрізноманітніших сферах – від політики й економіки до культури та спорту [27, с. 35].

2. Перевірка достовірності даних. Репутація інформ агентства напряму залежить від якості та точності поданих новин. Кожне повідомлення проходить багатоступеневу верифікацію, у тому числі за допомогою незалежних джерел та експертної оцінки [46, с. 82].

3. Аналіз та узагальнення інформації. Окрім сухих новинних повідомлень, провідні агентства пропонують огляди, аналітичні статті, коментарі експертів та прогнозні матеріали, що дозволяє медіа і громадськості глибше розуміти контекст подій [47, с. 50].

4. Архівування та збереження інформації. Більшість інформагентств мають власні архіви, що містять сотні тисяч текстових, фото- та відеоматеріалів, до яких можуть звертатися дослідники, журналісти та інші користувачі [6, с. 60].

5. Мультимедійна підтримка. Сучасні агентства не обмежуються текстовими повідомленнями. Вони активно використовують фото- і відеоконтент, графіку, інфографіку та інтерактивні елементи, пристосовуючи інформацію до потреб цифрової аудиторії [42, с. 75].

6. Робота у режимі реального часу. Завдяки технічному прогресу агентства здатні транслювати події у прямому ефірі або оперативно публікувати повідомлення із місця подій, що стало особливо затребуваним у воєнний час та під час криз [45].

7. Захист інформаційного простору. Особливе значення діяльність інформагентств має у контексті протидії фейкам, дезінформації та пропаганді. Вони відіграють роль «фільтра» та захисника суспільства від маніпуляцій [29, с. 110].

Проте функції інформагентств у сучасному новинному просторі реалізуються не лише в накопиченні інформації, а й таких складових:

- Оперативне інформування. Головна функція будь-якого агентства полягає у забезпеченні швидкої та надійної доставки новин до ЗМІ та громадськості. Час між подією й її появою в стрічці агентства часто вимірюється хвилинами [15, с. 66].

- Забезпечення достовірності інформації. Агентства зобов'язані дотримуватись стандартів перевірки фактів. Фейки, помилки чи маніпуляції можуть призвести до втрати репутації, зниження довіри аудиторії та розірвання контрактів [2, с. 65].

- Формування новинних трендів. Агентства визначають порядок денний медіапростору, оскільки від їхніх пріоритетів залежить, на які теми звернуть увагу інші ЗМІ та широка аудиторія [28].

– Аналітика та прогнозування. Інформаційні агентства пропонують експертні матеріали та аналітичні огляди, що допомагають розуміти довгострокові тенденції та вплив глобальних подій на локальні процеси [42, с. 75].

– Протидія дезінформації. Особливо актуальною ця функція стала у період гібридних війн та інформаційних атак. Агентства стають на передовій боротьби з фейками, публікуючи розвінчувальні матеріали та перевірені спростування [46, с. 120].

– Мультимедійне супроводження новин. Використання фото, відео, інфографіки, що підвищує сприйняття матеріалу й робить його більш наочним та доступним [26, с. 125].

– Освітня та просвітницька функція. Якісні матеріали агентств не тільки інформують, а й навчають аудиторію, сприяючи підвищенню медіаграмотності суспільства [14, с. 30].

Крім цього, сучасні інформаційні агентства часто стають майданчиками для взаємодії між державою, бізнесом і медіа, пропонуючи готові медіапродукти, експертні коментарі та мультимедійний контент.

Отже, інформаційне агентство – це комплексна організація з чіткою структурою та багатогранними функціями. Вони не лише поширюють новини, а й формують інформаційний клімат, підтримують інформаційну безпеку та виступають інструментом формування демократичного суспільства. Сучасні інформаційні агентства є важливою частиною інформаційної безпеки, репутації та культурної дипломатії держави. Їх діяльність є надзвичайно важливою в контексті глобалізації, а в умовах воєнних загроз стає частиною інформаційної оборони країни.

1.2 Етапи розвитку інформаційних агентств, їх класифікація

Інформаційні агентства, як окремий тип медійних організацій, пройшли складний і цікавий шлях розвитку – від перших бюро з передачі повідомлень до сучасних глобальних структур, що охоплюють всі континенти. Еволюція

інформаційних агентств відображає розвиток суспільства, технологій та інформаційних потреб.

Етапи розвитку інформаційних агентств у світі

Зародження (XVIII – початок XIX століття)

Перші прообрази інформаційних агентств з'явилися у Європі в період розвитку комерційної та політичної преси. У 1835 році було засноване найстаріше діюче агентство – французьке Agence Havas (пізніше – AFP) [42, с. 46]. Воно почало функціонувати як бюро новин для бірж і газет.

Промисловий стрибок і формування глобальних агентств (середина XIX – початок XX століття)

Розвиток телеграфу сприяв появі перших міжнародних інформаційних агентств. У цей період з'явилися британське агентство Reuters (1851), німецьке Wolff (1849), американське Associated Press (1846) [40, с. 61]. Конкуренція між ними сприяла удосконаленню технік передачі інформації та пришвидшенню комунікації.

Інформаційні агентства у період світових війн (1914–1945)

У період воєн агентства активно перетворювались на інструмент пропаганди. Держави використовували їх для впливу на масову свідомість як національних, так і закордонних аудиторій. Водночас з'явилася необхідність посилення стандартів перевірки інформації, оскільки інформаційні вкиди часто використовувались як зброя [26, с. 59].

Післявоєнний розвиток та поява телебачення (1945–1990)

Після Другої світової війни агентства розширюють свою діяльність, запроваджують фото- та відеосервіси. З розвитком телебачення вони починають готувати не лише текстові новини, а й телевізійні інформаційні блоки [40, с. 66].

Цифрова революція (1990–сьогодення)

Із приходом інтернету відбулася трансформація інформаційних агентств у багатоплатформні новинні сервіси. Вони працюють через вебсайти, мобільні додатки, соціальні мережі. Сучасні агентства – це гібридні

структури, які пропонують текстові новини, фото, відео, аналітику і навіть інтерактивні платформи [42, с. 53].

Етапи розвитку інформаційних агентств в Україні

Дореволюційний період

В Україні перші інформаційні бюро з'являються у другій половині XIX століття, здебільшого у Києві та Львові, та орієнтувалися на переклад і поширення матеріалів європейських агентств [42, с. 57].

Радянський період

У 1918 році було створено РОСТА – Російське телеграфне агентство, що мало філії в Україні. У 1920 році в Україні з'являється власне агентство Укртелеграф (пізніше – РАТАУ). Воно фактично стало «державним голосом» і працювало під ідеологічним контролем [40, с. 72].

Незалежність України та створення національних агентств

Після 1991 року на базі РАТАУ утворилося національне агентство Укрінформ, яке функціонує і сьогодні. У цей же період виникли приватні агентства – Інтерфакс-Україна (1992), УНІАН (1993), що відразу почали конкурувати з державним медіа і пропонувати ринкові стандарти оперативності та достовірності [26, с. 65].

Розвиток в умовах цифрової доби

З 2000-х років українські агентства активно переходять у цифровий формат, створюють онлайн-платформи, інтегруються з соціальними мережами. З'являються англійські та російськомовні версії сайтів для іноземної аудиторії [40, с. 75].

Військові виклики та боротьба з фейками (2014–2024)

Після початку російської агресії інформаційні агентства України стали елементом інформаційного фронту. Вони активно борються з дезінформацією, створюють спецпроекти для перевірки фактів (фактчекінгу) та співпрацюють із міжнародними аналітичними платформами [42, с. 61].

Історія розвитку інформаційних агентств в Україні та світі демонструє, що вони завжди були чутливим інструментом до змін у суспільстві,

технологіях та політиці. Сьогодні інформаційні агентства продовжують відігравати ключову роль у медіапросторі, підтримуючи стандарти достовірності, оперативності та незалежності. Їхня здатність адаптуватися до цифрової революції та воєнних викликів – запорука їхньої актуальності у сучасному світі.

Інформаційні агентства як невід’ємний елемент сучасного медіапростору відрізняються між собою за рядом ознак. Для наукового розуміння їх місця в структурі масової комунікації важливо класифікувати інформаційні агентства за сферою діяльності та типами власності. Така класифікація дозволяє визначати функціональну роль окремих агентств у глобальній та національній інформаційній екосистемі.

1. Класифікація за сферою діяльності

Генеральні (універсальні) інформаційні агентства.

Це агентства, які охоплюють широке коло тем: політика, економіка, культура, наука, спорт, міжнародні події. Вони формують великий інформаційний потік, що слугує базою для ЗМІ всіх типів [42, с. 88].

Прикладом таких агентств є:

- у світі – Reuters, Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP);
- в Україні – Укрінформ, Інтерфакс-Україна, УНІАН.

Спеціалізовані агентства.

Це агентства, які зосереджуються на конкретній галузі або тематиці: фінансові ринки, медицина, спорт, мистецтво, технології [40, с. 95].

Приклади:

- Bloomberg – фінансово-економічні новини;
- Sport.ua – спортивна тематика в Україні;
- Science Media Centre – наукова журналістика та популяризація науки.

Мультимедійні агентства.

Сучасний тренд розвитку інформагенцій – це поєднання текстового, фото-, відео- і аудіоконтенту. Такі агентства пропонують повний набір матеріалів для різних платформ [26, с. 93].

Прикладом в Україні є Укрінформ, який має власні відеостудії та фотосервіси, а також рубрики подкастів і мультимедійних проєктів.

2. Класифікація за типами власності

Державні інформаційні агентства. Це агентства, створені та фінансовані державою. Їхня діяльність часто спрямована на реалізацію інформаційної політики держави, міжнародне представництво та офіційне поширення даних [42, с. 91].

Приклад: Укрінформ – єдине національне державне інформаційне агентство України.

Приватні агентства. Ці агентства належать фізичним або юридичним особам та працюють на комерційних засадах. Вони конкурують за швидкість, якість і ексклюзивність новин. Прибуток формується від передплатних сервісів, співпраці з медіакомпаніями та бізнес-структурами [40, с. 98].

Приклади: Інтерфакс-Україна, УНІАН, ЛІГА.net.

Агентства з колективною (змішаною) власністю. Це агентства, що належать кільком власникам або є результатом партнерства між державою та приватним капіталом. Часто такі структури діють як громадські або кооперативні організації [26, с. 99].

У світовій практиці таким прикладом є Associated Press, що функціонує як кооператив, де власниками виступають численні американські редакції.

Міжнародні міждержавні агентства. Це агентства, створені за ініціативою кількох країн або міждержавних організацій для формування спільної інформаційної політики та координації інформаційної діяльності [42, с. 93].

Прикладом можна вважати інформаційний блок Euronews, який працює за участі кількох європейських країн.

Класифікація інформаційних агентств за сферою діяльності та типом власності дозволяє побачити всю багатогранність сучасного інформаційного ринку. Державні агентства виконують функцію офіційних рупорів державної політики, приватні – забезпечують швидкість та комерційну гнучкість,

міжнародні структури формують глобальне інформаційне середовище. Спеціалізовані агентства, у свою чергу, задовольняють інтереси цільової аудиторії у конкретних галузях. Здатність кожного типу агентств адаптуватися до нових технологій та суспільних викликів є запорукою їхнього подальшого розвитку та стійкості.

1.3 Значення інформагентств у формуванні інформаційного простору

У сучасному світі інформаційний простір є однією з ключових складових функціонування суспільства, впливовим чинником соціально-політичного, економічного та культурного розвитку держав. У цьому контексті інформаційні агентства виступають не просто постачальниками новин, а важливими архітекторами й модераторами інформаційного поля, яке щоденно формує громадську думку та навіть впливає на стратегічні рішення національного й міжнародного рівнів [46, с. 98].

Однією з ключових ролей інформагентств є формування первинного інформаційного масиву, який використовується іншими ЗМІ, владними структурами, бізнесом та громадськими організаціями. Агентства першими дізнаються про події, першими їх систематизують та подають у доступній формі. Завдяки власним кореспондентським мережам та використанню міжнародних джерел агентства забезпечують баланс локальних та глобальних новин [26, с. 104].

Сучасні інформаційні агентства, окрім новинних повідомлень, часто створюють контекст: публікують глибокі аналітичні огляди, інтерв'ю з експертами, інфографіку та відеоматеріали. Це дозволяє їм впливати на те, як суспільство не лише отримує факти, а й розуміє події у широкому контексті [34].

В умовах інформаційної війни, гібридних загроз та поширення дезінформації роль інформагентств значно зростає. Вони стають

інформаційними «щитами», які фільтрують неправдиву інформацію, верифікують факти та поширюють правдиву, збалансовану інформацію як усередині країни, так і за кордоном [8]. Прикладом є ініціатива StopFake та спільні перевірки фактів з українськими агентствами [42, с. 77].

Для іноземних медіа офіційні агентства України є ключовим джерелом. Агентства створюють новини англійською та іншими мовами, формуючи позитивний образ держави на міжнародній арені [26, с. 85]. Наприклад, Укрінформ має окремий англomовний розділ із новинами для іноземних партнерів.

Сьогодні інформаційні агентства України виконують роль «якірної» складової національної інформаційної безпеки. Вони:

- забезпечують регулярну подачу новин 24/7;
- дотримуються етичних стандартів журналістики;
- реагують на виклики пропаганди та інформаційних атак;
- допомагають ЗМІ верифікувати інформацію перед публікацією;
- є важливим джерелом для істориків, аналітиків та дослідників,

оскільки формують хронологію подій у реальному часі [42, с. 90].

Окрім того сучасні агентства стикаються з викликами: конкуренцією з блогерами та неофіційними Telegram-каналами, необхідністю швидкого реагування та водночас дотриманням стандартів, боротьбою за увагу в умовах інформаційної перенасиченості.

Перспективи агентств пов'язані з активним розвитком мультимедійного контенту (відео, подкасти, інтерактивні формати), партнерствами з міжнародними інформаційними організаціями, впровадженням штучного інтелекту для швидшої обробки та перевірки інформації [26, с. 89].

Інформаційні агентства у сучасному медіапросторі відіграють роль стабілізатора, фільтра й маяка достовірної інформації. Вони залишаються незамінними для медіа, бізнесу, державних органів і громадян, забезпечуючи не лише інформування, а й захист від інформаційних маніпуляцій. Розвиток нових технологій відкриває перед агентствами нові горизонти, проте в основі

їх діяльності залишаються принципи точності, швидкості та відповідальності перед суспільством.

Особливо важливою є діяльність українських агентств у час повномасштабної війни: «Укрінформ», «Інтерфакс-Україна» та інші виступають не просто інформаційними установами, а частиною оборонного фронту. Вони ведуть боротьбу за правду в міжнародному інформаційному просторі, розвінчують фейки, публікують оперативні зведення та формують міжнародний імідж України [29, с. 115].

Інформагентства є важливими гравцями у формуванні громадської думки, адже саме через їхню подачу інформації формуються акценти у новинному порядку денному. Агентства задають тон багатьом суспільним обговоренням, а їх матеріали стають основою для дискусій у ЗМІ та соціальних мережах. У демократичному суспільстві це допомагає забезпечити інформованість громадян та підвищити рівень політичної культури [5, с. 25].

Водночас, якщо агентство необ'єктивно або тенденційно висвітлює події, це може призводити до маніпуляцій громадською думкою. Тому роль агентств в інформаційному просторі – не лише комунікативна, а й етична та відповідальна. Сучасні інформагентства, такі як Reuters, Associated Press чи BBC News, розробляють власні кодекси етики та прозорості, чим задають високі стандарти усьому медіасектору [36].

Ще один важливий аспект – це сприяння інтеграції країни у глобальний інформаційний простір. Українські інформагентства співпрацюють з міжнародними медіа, надаючи їм перевірену інформацію з перших джерел. Таким чином формується позитивний міжнародний імідж країни, розвінчуються ворожі наративи та просувається національний інтерес України на глобальному рівні [16].

Окрім офіційних новин, інформагентства часто стають майданчиком для культурної дипломатії. Вони висвітлюють міжнародні події за участі

України, популяризують українську культуру, мову, досягнення науки та спорту, створюючи багат шарову картину країни у світі [28].

У цифрову епоху інформангентства активно перетворюються на мультиплатформові структури, які працюють у форматі «24/7» через мобільні додатки, вебсайти, соціальні мережі та месенджери. Це дозволяє не просто інформувати аудиторію, а й бути «провідником» у світовий інформаційний простір у реальному часі [10, с. 42].

Завдяки цифровим інструментам ангентства мають змогу:

- формувати візуальні продукти (інфографіка, відео, інтерактивні карти);
- залучати користувачів до взаємодії (опитування, коментарі, інтерактивні стрічки);
- створювати персоналізований контент для різних аудиторій (економічні стрічки, культурні новини, політична аналітика).

Отже, значення інформангентств у формуванні інформаційного простору охоплює не лише функцію джерела новин, але й роль модератора суспільних процесів, носія інформаційної безпеки, каталізатора інтеграції у глобальне медіасередовище та технологічного інноватора.

Інформаційні ангентства є стратегічно важливими структурами в національному та світовому інформаційному просторі. Вони забезпечують суспільство своєчасною і достовірною інформацією, формують громадську думку, підтримують інформаційну безпеку держави та сприяють інтеграції країни у глобальний простір. В умовах воєнних загроз та інформаційної гібридної війни їхнє значення стає ще більш вагомим.

Висновки

У першому розділі було здійснено комплексний аналіз ролі інформаційних ангентств у сучасному інформаційному просторі, а також розглянуто їхню структуру, функції, історичний розвиток і значення для суспільства.

По-перше, з'ясовано, що інформаційні агентства – це ключові медіаінституції, які збирають, опрацьовують і поширюють новинний контент для засобів масової інформації, державних структур та громадськості. Їхня структура охоплює редакційні, технічні, аналітичні та адміністративні підрозділи, а функції включають інформування, аналітику, координацію інформаційних потоків і формування громадської думки.

По-друге, проаналізовано етапи розвитку інформагентств – від перших телеграфних бюро XIX століття до цифрових платформ XXI століття. Визначено класифікацію агентств на міжнародні (наприклад, Reuters, Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP)), національні (Укрінформ, Інтерфакс-Україна), регіональні та галузеві. Кожне з них має свої особливості діяльності та аудиторію.

По-третє, розкрито значення інформагентств у формуванні інформаційного простору. Вони не лише забезпечують оперативну і достовірну інформацію, але й беруть участь у боротьбі з дезінформацією, впливають на порядок денний ЗМІ та сприяють інформаційній безпеці держав. Зокрема, Укрінформ як державне агентство відіграє важливу роль у популяризації української позиції на міжнародній арені, особливо під час війни.

Таким чином, інформаційні агентства є невід'ємною частиною глобального та національного медіапростору. Їхнє поєднання традиційної журналістики з сучасними технологіями забезпечує ефективне функціонування інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАГЕНТСТВ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОНОМ

2.1 Провідні українські інформаційні агентства: специфіка роботи та вплив

Система українських інформаційних агентств є важливою частиною інформаційного простору держави, що виконує функції оперативного інформування громадськості, формування інформаційного порядку денного та протидії дезінформації. На відміну від ЗМІ вузького формату, інформаційні агентства виступають першоджерелом новинного контенту для широкого кола користувачів: від великих медіахолдингів до державних структур, громадських організацій та приватного бізнесу [47, с. 50].

1. **Укрінформ** – державне агентство з інформаційною місією національного масштабу.

Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» є найстарішим і провідним державним інформаційним ресурсом України. Засноване ще у 1918 році, воно відіграє важливу роль у формуванні та трансляції офіційної позиції держави як у внутрішньому, так і в міжнародному інформаційному середовищі [33]. Одним із ключових завдань агентства є подання достовірної, перевіреної інформації широкому колу аудиторії.

Укрінформ займає сьогодні провідне місце на вітчизняному інформаційному ринку, виступає впливовим чинником функціонування національного інформаційного простору [33]. Однією з основних переваг цього інформаційного агентства є широке різноманіття рубрик, зокрема: «Війна», «Відбудова», «Політика», «Економіка», «Фактчеки», «Світ», «Регіони», «Суспільство», «Тимчасово окуповані», «Культура», «Спорт», «Діаспора».

Укрінформ розповсюджує офіційну інформацію, що стосується різних сфер життєдіяльності суспільства й держави, а формат його роботи як інформаційного агентства зменшує ризики суб'єктивізації відомостей, адже головним завданням будь-якого інформагентства є висвітлення подій, зазначення лише фактів, а не їхня аналітика чи оцінка [36].

Повномасштабне російське вторгнення на територію України є ключовою темою для висвітлення в медіа. З початком війни вони 24/7 публікують новини, що стосуються російської агресії проти України, наслідків її злочинних дій проти мирного населення, проти критичної та цивільної інфраструктури тощо. Особливо важливою у цьому процесі є роль інформаційних агентств [49, с. 266].

Тому вважаємо за доцільне більш детально проаналізувати саме специфіку висвітлення війни інформаційним агентством «Укрінформ». До складу рубрики «Війна» належать такі теми: «Бронювання військовозобов'язаних», «Генштаб», «Курська операція», «Міністерство оборони», «Мобілізація», «Обстріл», «Покровський напрямок», «ППО», «Сирський», «Зброя».

Наприклад, у темі «Зброя» зазначена інформація, яка стосується не тільки подій, що відбуваються в Україні, а й за її межами. Розглянемо декілька з них: «Китай постачає зброю Росії – Зеленський», «Німеччина оновила і збільшила список військової допомоги Україні», «У Британії випробовують мікрохвильову зброю для знищення роїв безпілотників», «Чехія розширить співпрацю з українським виробником штурмової гвинтівки Bren-2», «Естонія закупить у своїх виробників озброєння для України на € 100 мільйонів».

Не менш важливою є технологічна модернізація агентства. Упровадження автоматизованих систем збору інформації, штучного інтелекту для обробки даних та мультимедійних технологій дозволяє оптимізувати роботу редакцій [50, с. 140].

Інформагентство «Укрінформ» завжди супроводжує медіатексти світлинами, а деякі публікації містять інші мультимедійні елементи. Так, матеріал «Здобутки українського ОПК за час Великої війни» (23.02.2025 р.) розміщено детальну інфографіку. Тут зазначено, що за останні три роки в Україні спостерігається значне зростання виробництва озброєнь втриє загалом, а за деякими напрямками – в десятки разів. Проте це складно уявити й тому автори статті, окрім фактів, подають зображення ракет, дронів і роботизованих систем, бронетехніки й артилерії, РЕБів. Такий спосіб відображення інформації наочно демонструє динаміку цих змін.

Свідченням того, що тема війни нині є найбільш актуальною є й те, що інші рубрики «Укрінформ» присвячені репрезентації цього явища. До прикладу, рубрика «Економіка» містить чимало статей, що стосуються аналізу енергетичної інфраструктури України в умовах повномасштабного вторгнення «Російські атаки по газовидобутку України: які маємо наслідки» (14.03.2025), українського бюджету й розподіл фінансів на оборонні витрати «Як партнери допомагають Україні нести фінансовий тягар великої війни» (25.05.2025), української енергосистеми попри російські атаки «Краще, ніж могло бути: як українська енергетика тримається на третьому році великої війни» (23.02.2025).

Окрім того «Укрінформ» активно долучається до протидії дезінформації, зокрема за допомогою рубрики «Фактчеки». Тут публікуються матеріали, спрямовані на перевірку достовірності інформації, що циркулює в медіапросторі, зокрема в соціальних мережах та проросійських джерелах. Основна мета – спростування фейків, викриття маніпулятивних наративів та підвищення рівня медіаграмотності населення. Аналітичні публікації супроводжуються посиланнями на достовірні джерела, експертними коментарями та перевіреними фактами. Завдяки системній роботі в цьому напрямку команда «Укрінформ» робить свій внесок у формування суспільства, більш стійкого до інформаційних атак.

Особливо помітним є те, що переважна частина новин стосується саме розвінчуванню фейків, які стосуються війни росії проти України. Наприклад, «РФ поширила фейк, що Україна наймає акторок для телесюжетів про російську агресію», «Роспроп поширив фейк про «загибель» на Курщині п'яти тисяч «іноземних» найманців, що служили в ЗСУ», «Роспроп вигдав фейк про загибель на фронті українця, якого Борис Джонсон зустрів під час візиту до Києва», «Чому російські «воєнкори» гинуть один за одним: дайджест пропаганди за 3-5 січня» та ін.

Згідно з аналітичною доповіддю Інституту масової інформації, саме державні інформагентства на кшталт Укрінформу стають основою інформаційного суверенітету в умовах гібридної війни [2, с. 51].

2. Інтерфакс-Україна – провідне комерційне агентство новин та аналітики.

Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» є одним із найвпливовіших незалежних гравців на українському медіаринку. Воно було створене у 1992 році як дочірня структура міжнародної інформаційної групи Interfax Information Services Group і відтоді активно розвиває сегмент ділової журналістики в Україні [27, с. 58].

Основним фокусом роботи «Інтерфакс-Україна» є висвітлення подій у таких галузях, як економіка, фінанси, державна політика, міжнародні відносини, енергетика та промисловість. Агентство орієнтується переважно на професійну аудиторію: журналістів, представників урядових структур, бізнесу, міжнародних організацій, аналітичних центрів і наукових установ [45].

На відміну від загальнонаціональних ЗМІ, що працюють переважно в масовому сегменті, «Інтерфакс-Україна» пропонує поглиблену аналітику. У фокусі – щоденні економічні дайджести, моніторингові звіти, галузеві аналітичні огляди, а також ексклюзивні коментарі провідних експертів [27, с. 60]. Наприклад, у щотижневому огляді ситуації в Україні за травень

2022 року розглядалася військово-політична ситуація, стан медіаполя та економічна динаміка.

Іншим прикладом є інтерв'ю зі Світовим банком, у якому регіональний директор Аруп Банерджі коментував перспективи економіки України у повоєнний період.

Високий рівень професіоналізму забезпечується також тим, що доступ до основного контенту є платним, що свідчить про його комерційну цінність та орієнтацію на якість і точність [27, с. 63].

Агентство динамічно впроваджує цифрові інструменти у свою діяльність: проводить онлайн-брифінги, пресконференції, стріми важливих подій, що забезпечує його відкритість до суспільства та бізнес-середовища [38, с. 90]. Наприклад, у березні 2024 року в агентстві відбулася пресконференція «Перспектива укладення миру. Чи є вона?» за участі провідних політичних експертів.

Також на YouTube-каналі агентства можна переглянути повні відеозаписи публічних заходів, зокрема пресконференцію Сухопутних військ щодо теми мобілізації (січень 2024 р.).

Окрему увагу варто приділити зусиллям агентства в напрямку цифрової трансформації: диджиталізація архівів, автоматизація підготовки аналітичних звітів, впровадження мультимедійного контенту (інфографіки, інтерактивні дані, відео) стали новими стандартами в його роботі. Як зазначає «Детектор медіа», саме ці зміни забезпечили редакційній команді адаптивність в умовах війни та кризи.

Попри свою комерційну спрямованість, «Інтерфакс-Україна» відіграє помітну роль у формуванні медіаполя України, забезпечуючи ключові галузі економіки та управління об'єктивною інформацією. Його контент широко використовується у публікаціях українських і закордонних ЗМІ, посилання на матеріали «Інтерфакс-Україна» регулярно з'являються в провідних новинних агрегаторах, дослідницьких звітах та навіть політичних заявах.

З початку повномасштабної війни Росії проти України, агентство посилило свою присутність у сфері військової та політичної аналітики, хоча на відміну від Укрінформу, фокус його роботи залишається діловим. Тематика війни висвітлюється здебільшого в контексті впливу на бізнес, ринки, економіку, держуправління та міжнародну підтримку України.

Таким чином, «Інтерфакс-Україна» не просто подає новини, а забезпечує системну інформатизацію економіко-політичного середовища країни. Його діяльність є показовою для розуміння того, як приватний сектор може впливати на якість медіаполя, залишаючись при цьому незалежним, фаховим і сучасним гравцем у галузі інформаційних послуг.

3. УНІАН – багатофункціональне інформаційне агентство для масового сегмента.

Українське незалежне інформаційне агентство новин (УНІАН), засноване у 1993 році, є одним із найбільш популярних та впливових медіа в Україні, орієнтованих на масову аудиторію. Його ключова відмінність полягає у вдалому поєднанні традиційної новинної журналістики та сучасних мультимедійних форматів, що дозволяє охоплювати як професійних споживачів контенту (журналістів, політиків, аналітиків), так і широку громадськість [47, с. 115].

УНІАН став частиною медіахолдингу «1+1 media», що відкрило нові можливості для інтеграції контенту з телебаченням, діджитал-платформами та соціальними мережами. Цей симбіоз дозволяє агентству ефективно використовувати потужності телебачення та онлайн-середовища для поширення інформації в режимі 24/7 [47, с. 117].

Сфера діяльності агентства охоплює: щоденне оновлення стрічки новин; аналітичні огляди та інтерв'ю; фото- і відеоматеріали; організацію брифінгів, пресконференцій, круглих столів та онлайн-трансляцій [37].

Крім новинного аспекту, УНІАН також виконує роль медіаплатформи для державних і приватних комунікацій, часто виступаючи майданчиком для офіційних заяв, публічних звернень, презентацій звітів та анонсів. Цим він

відрізняється від більш вузькоспеціалізованих агентств, таких як «Інтерфакс-Україна» чи «Укрінформ» [38, с. 121].

За даними досліджень Інституту масової інформації, сайт УНІАН стабільно входить до п'ятірки найбільш відвідуваних новинних ресурсів України, що свідчить про високий рівень довіри та впливу на формування громадської думки [5, с. 58].

Агентство також активно впроваджує інновації у сфері інформаційних технологій: мультимедійна подача матеріалів, адаптація контенту до мобільних платформ, підтримка розділів за тематичними напрямками (політика, економіка, спорт, шоу-бізнес) – усе це робить УНІАН універсальним джерелом новин для сучасного українського читача [37].

У контексті інформаційної безпеки агентство долучається до кампаній з виявлення та спростування дезінформації, співпрацюючи з іншими ЗМІ та фаховими організаціями [4] (*див. Додаток А*).

Агентство також активно впроваджує інновації у сфері інформаційних технологій: мультимедійна подача матеріалів, адаптація контенту до мобільних платформ, підтримка розділів за тематичними напрямками (політика, економіка, спорт, шоу-бізнес) – усе це робить УНІАН універсальним джерелом новин для сучасного українського читача. Детальніше про це йдеться у науковій роботі про цифрові стратегії УНІАН, де зазначено успішне впровадження інтерактивного контенту, мобільної адаптації та відео аналітики [47, с. 76].

У контексті інформаційної безпеки агентство долучається до кампаній з виявлення та спростування дезінформації, співпрацюючи з іншими ЗМІ та фаховими організаціями.

З початком повномасштабної агресії росії роль агентств істотно трансформувалась: вони стали інструментами стратегічної комунікації держави. Особливо це стосується Укрінформу, який діє як офіційний державний рупор, поширюючи підтверджену інформацію про ситуацію на фронті, міжнародну допомогу, санкційну політику тощо [29, с. 22].

Інтерфакс-Україна, у свою чергу, завдяки прямим комунікаційним каналам з міністерствами, бізнес-структурами та міжнародними експертами, забезпечує глибоку аналітику та об'єктивне висвітлення державних рішень, що дозволяє формувати довіру в професійному середовищі [27, с. 60].

УНІАН активно працює з широкою аудиторією та організовує публічні трансляції урядових брифінгів, коментарів посадовців і актуальних звернень, а також бере участь у проектах, спрямованих на підвищення обізнаності громадян щодо ключових реформ [47, с. 118].

Усі три агентства активно залучені до роботи міжнародних асоціацій новинних агентств, зокрема Європейського альянсу новинних агентств (EANA), що відкриває доступ до платформ обміну досвідом, стандартами, технологіями та практиками роботи в кризових ситуаціях [33].

Це партнерство посилює інформаційний суверенітет України та забезпечує міжнародну видимість українських наративів. В умовах гібридної війни такі агентства стають «вікнами України до світу», трансляючи правдиву інформацію, яка протистоїть агресивній пропаганді [6, с. 43].

На сучасному етапі УНІАН, Укрінформ та Інтерфакс-Україна виконують не лише медійну, а й суспільну та безпекову місію:

- формують позитивний імідж держави на міжнародній арені;
- сприяють політичній прозорості та підзвітності влади;
- просувають цінності демократії та свободи слова;
- зміцнюють стійкість українського інформаційного середовища [10, с. 73].

Завдяки поєднанню незалежності, професіоналізму та системної взаємодії з державними й міжнародними інституціями, провідні українські агентства виступають незамінними елементами комунікаційної екосистеми України в умовах як воєнного, так і мирного часу.

Отже, провідні українські інформаційні агентства, такі як Укрінформ, Інтерфакс-Україна та УНІАН, є не лише новинними службами, а й інституціями стратегічного значення. Вони формують внутрішній і зовнішній

імідж держави, протидіють дезінформації, підтримують демократичні процеси та сприяють міжнародній інформаційній інтеграції України.

2.2 Міжнародні інформагентства та їх роль у висвітленні суспільно-політичних подій

Сучасний глобалізований інформаційний простір неможливо уявити без діяльності міжнародних інформаційних агентств. Вони формують основу світового новинного потоку та значно впливають на сприйняття суспільно-політичних процесів на національному й міжнародному рівнях [2, с. 60].

Міжнародне інформаційне агентство – це організація, яка збирає, обробляє та поширює інформацію з усього світу для глобальної аудиторії. Специфікою таких агентств є їхня здатність охоплювати події в реальному часі та надавати багатомовний контент, призначений для використання урядами, засобами масової інформації, міжнародними організаціями та аналітичними центрами [2, с. 47].

До основних особливостей роботи міжнародних агентств належать:

- розвинена мережа кореспондентів у різних країнах;
- мультимедійність (поєднання текстових, фото-, відео- та інфографічних матеріалів);
- суворе дотримання стандартів журналістики та етики;
- акцент на швидкості, достовірності та нейтральності подачі інформації [5, с. 54].

У глобальному медіапросторі особливе місце займають провідні міжнародні інформаційні агентства, які не лише забезпечують оперативну подачу новин, а й формують інформаційні тенденції, впливають на світову громадську думку та стандарти журналістики. Серед них особливо виділяються Reuters, Associated Press, Agence France-Presse та Deutsche Presse-Agentur – лідери, чия діяльність охоплює сотні країн і мільйони читачів щодня.

Reuters – міжнародне інформагентство з глобальною репутацією достовірності

Інформаційне агентство **Reuters**, засноване у 1851 році в Лондоні, є одним із найвпливовіших світових постачальників новин. Компанія входить до складу корпорації Thomson Reuters і має репутацію надійного джерела об'єктивної, збалансованої та перевіреної інформації. Її місія полягає у висвітленні подій з урахуванням журналістських стандартів точності, неупередженості й швидкості [35].

Reuters охоплює понад 200 локацій у більш ніж 100 країнах світу та обслуговує тисячі медіаорганізацій, державних інституцій, приватних компаній і фінансових установ [34]. Агентство має широку тематичну палітру, яка включає розділи: World, Politics, Business, Markets, Technology, Environment, War in Ukraine, Fact Check, Human Rights.

Особливо важливою для українського та міжнародного суспільства є діяльність агентства у висвітленні теми повномасштабного вторгнення росії в Україну. Розділ War in Ukraine містить оперативні репортажі з місць подій, ексклюзивні інтерв'ю з політичними й військовими діячами, фото- та відеоматеріали з гарячих точок. Наприклад, серед нещодавніх публікацій: «Ukraine says Russian troops pushed back in Kharkiv region» (20.05.2025), «Exclusive: Zelensky calls for more air defense as missile attacks intensify» (18.05.2025), «Russia targeting Ukrainian railways to disrupt Western weapons supply» (19.05.2025).

Важливою особливістю Reuters є постійна присутність польових репортерів, які, ризикуючи життям, документують події на передовій. Таким чином агентство формує архів свідчень про війну, що можуть бути використані як у медіа, так і в міжнародних судах.

Окрім новинної діяльності, агентство активно займається викриттям фейків та дезінформації. У межах проєкту Reuters Fact Check публікуються спростування маніпуляцій, що поширюються в інтернеті. Особливий акцент зроблено на пропагандистських наративах щодо України. Наприклад, Reuters

спростовувало твердження про «біологічні лабораторії НАТО в Україні», про нібито «український слід» у підриві Каховської ГЕС, чи про «масові дезертирства з ЗСУ» – всі ці історії були ретельно перевірені, проаналізовані й визнані фейковими.

Reuters, як і Укрінформ, впроваджує новітні технології у свою роботу: алгоритми штучного інтелекту для обробки даних, автоматизовану модерацію контенту, мультимедійні формати. Це забезпечує гнучкість і конкурентоспроможність у сучасному медіапросторі [47, с. 201].

Таким чином, роль міжнародного агентства Reuters у формуванні світового розуміння суспільно-політичних подій, зокрема війни в Україні, є надзвичайно важливою. Агентство не лише інформує, а й виконує функцію глобального арбітра фактів, сприяючи прозорості, міжнародній солідарності та підтримці демократичних цінностей. За даними звіту Reporters Without Borders, саме завдяки медіа такого рівня міжнародна спільнота своєчасно отримує правдиву інформацію про наслідки російської агресії [42, с. 74].

Associated Press – некомерційне інформагентство глобального масштабу з акцентом на неупередженість.

Associated Press (AP) – одне з найстаріших та найавторитетніших міжнародних інформаційних агентств, засноване у 1846 році в США як кооператив незалежних новинних організацій. Особливістю AP є її некомерційний статус, що забезпечує більшу незалежність від впливу державних або приватних інтересів. Місія агентства полягає у висвітленні новин точно, об'єктивно та оперативно, без політичних упереджень [47, с. 28].

AP має глобальну мережу кореспондентів і офісів у понад 100 країнах світу, включаючи Україну. Матеріали агентства регулярно публікуються у тисячах ЗМІ: від регіональних газет до провідних міжнародних телерадіокомпаній. Серед головних тематичних розділів – U.S. Politics, World, Science, War in Ukraine, Climate, Fact Check, Photos, Explainers.

У контексті висвітлення російсько-української війни, AP відіграє одну з ключових ролей у трансляції подій до світової аудиторії. Розділ War in Ukraine щодня оновлюється новинами з фронту, гуманітарних регіонів, міжнародних відносин, санкційної політики та воєнних злочинів. Наприклад: «Russia attacks Kharkiv with glide bombs, killing at least 14 civilians» (20.05.2025), «Ukrainian farmers struggle to plant amid drone strikes and minefields» (18.05.2025), «UN investigates Russian airstrikes on civilian shelters in Dnipro region» (17.05.2025).

Фотожурналістика – одна з сильних сторін AP. Відзначені Пулітцерівською премією знімки, зроблені в Бучі, Ізюмі, Харкові та інших постраждалих містах, стали потужними свідченнями злочинів проти людяності. Агентство надає пріоритет візуальному контенту, що дає змогу краще донести правду про війну.

Окрім новин, AP веде проєкт AP Fact Check, у якому ретельно перевіряє популярні фейки та маніпуляції. Агентство викривало численні випадки дезінформації, пов'язані з Україною, зокрема щодо «знищення всіх HIMARS», «вигаданих біолабораторій» та «органів, які нібито вирізають у поранених». Кожен матеріал містить детальний аналіз, експертну думку й посилання на перевірені джерела.

На технічному рівні AP активно використовує штучний інтелект для перевірки контенту, впроваджує мультимедійні формати – 3D-графіку, VR-репортажі, відеоаналітику. Усе це сприяє більш глибокому розумінню складних суспільно-політичних процесів [46, с. 115].

Таким чином, Associated Press не просто відображає події – воно формує міжнародний порядок денний, слугує зразком журналістської доброчесності та є потужним щитом проти хвиль пропаганди. У критичні моменти, коли інформація рятує життя, роль таких агентств, як AP, є безцінною.

Agence France-Presse – національне агентство Франції з міжнародною місією об'єктивного інформування.

Agence France-Presse (AFP) – одне з трьох найбільших міжнародних інформаційних агентств світу. Засноване у 1835 році як Agence Havas, воно стало першим у світі інформантством. Сучасна назва була надана після Другої світової війни, у 1944 році. AFP базується в Парижі й функціонує як незалежне громадське підприємство, що забезпечує його відносну автономію від державної політики при збереженні загальнонаціональної місії [47, с. 33].

Агентство має кореспондентські пункти у 151 країні світу, публікує новини французькою, англійською, іспанською, арабською, португальською та німецькою мовами, охоплюючи понад 5 тисяч клієнтів у різних країнах. Серед провідних розділів – World, Europe, Politics, Ukraine Crisis, Disinformation, Business, Culture, Photo & Video, Climate.

Із початком повномасштабної війни росії проти України AFP систематично висвітлює ситуацію на фронті, діяльність міжнародних організацій, гуманітарну допомогу, наслідки атак на цивільну інфраструктуру. Наприклад: «Russia's missile barrage targets Ukraine's energy grid» (18.05.2025), «Zelensky visits Mykolaiv to assess war damage» (14.05.2025), «EU pledges more drones and radar for Ukraine air defense» (13.05.2025).

AFP активно використовує мультимедійний формат, публікуючи фоторепортажі, відео з дронів, анімації карт бойових дій. Особливу увагу агентство приділяє гуманітарним наслідкам конфлікту — постраждалим дітям, біженцям, системі охорони здоров'я в умовах війни.

Важливим напрямом роботи AFP є розвінчування фейків. Розділ AFP Fact Check надає аналітику та спростування маніпуляцій, зокрема пов'язаних із війною в Україні. Наприклад, були розвінчані фейки про нібито «українське бомбардування Польщі», «сценарії голлівудських постановок у Бучі», «генетичні експерименти на військовополонених». AFP у своїх матеріалах демонструє скріншоти, цифрові сліди, хронологію поширення інформації, що дозволяє відслідковувати джерела маніпуляцій.

Технологічно AFP інтегрує інструменти штучного інтелекту, геолокаційний аналіз, інтерфейси віртуальної реальності для журналістських

розслідувань. Крім того, завдяки активному використанню відкритих джерел (OSINT), агентство стало провідним учасником міжнародних ініціатив з розслідування воєнних злочинів [48, с. 125].

У складних умовах гібридної війни АФР виконує подвійну функцію: забезпечення інформування широкої аудиторії та підтримку міжнародного правового поля, фіксуючи факти порушень, що можуть стати доказами в майбутніх судових процесах.

BBC News – публічний мовник Великої Британії з глобальним впливом у сфері новин.

BBC News – це новинний підрозділ British Broadcasting Corporation, заснованої у 1922 році. BBC є найбільшим суспільним мовником у світі, який фінансується через ліцензійний збір громадян Великої Британії, що гарантує його відносну незалежність від комерційного тиску та політичного впливу [50, с. 12]. Основна місія BBC – «інформувати, навчати і розважати», а у сфері новин – надавати об’єктивну, збалансовану та всебічну інформацію.

BBC News має глобальну мережу кореспондентів у понад 100 країнах. Їхні матеріали виходять понад 40 мовами, а серед аудиторії – більше ніж 450 мільйонів глядачів, слухачів і читачів щотижня. Серед основних тематичних розділів – World, Europe, Ukraine, Reality Check, Politics, Science, Culture, Visual Journalism, Live Updates.

У контексті повномасштабної війни Росії проти України BBC відіграє ключову роль у формуванні світового розуміння подій. Спеціальний розділ Ukraine регулярно оновлюється репортажами з гарячих точок, аналітичними оглядами, картами бойових дій та пояснювальними відео. Наприклад: «Ukraine retakes parts of Donetsk front line – military claims» (19.05.2025), «The human cost: Ukraine’s children in war» (17.05.2025), «How Russia is trying to disrupt Ukraine’s energy network» (15.05.2025).

Окремої уваги заслуговує проєкт BBC Visual Journalism, який поєднує інтерактивні карти, анімації, 3D-моделі та відеоаналіз для кращого розуміння складних військових та політичних процесів. Завдяки високій інфографічній

культури BBC стала одним із найавторитетніших джерел пояснень війни навіть для аудиторій, що раніше не стежили за подіями в Україні.

BBC активно реалізує ініціативу Reality Check – це рубрика фактчекінгу, у якій спростовуються міфи, пропагандистські наративи й маніпуляції. Наприклад, команда BBC викривала фейки про «масову мобілізацію дітей в Україні», «міфічні біолабораторії» та «розп'ятих немовлят у Маріуполі». Усі матеріали базуються на відкритих джерелах, свідченнях очевидців, супутникових даних і судових документах.

Особливо варто відзначити, що BBC випускає аналітичні серії, зокрема документальні розслідування про звірства російських військових у Бучі, Ізюмі, Херсоні. Такі матеріали мають вагоме значення не лише для інформування, а й для юридичної фіксації воєнних злочинів.

У технологічному плані BBC News впроваджує новітні розробки: автоматизовані системи верифікації відео, машинне розпізнавання облич, геолокацію фото і відео, що дозволяє ефективно боротися з інформаційними атаками [50, с. 106].

Таким чином, BBC News виконує унікальну функцію – поєднання якісної журналістики, глибокої аналітики та мультимедійної подачі, що робить агентство одним із найвпливовіших голосів у міжнародному висвітленні війни в Україні.

Міжнародні інформ агентства відіграють надзвичайно важливу роль у висвітленні суспільно-політичних подій. Вони не лише інформують, але й формують глобальні наративи, створюють інформаційні прецеденти та впливають на прийняття рішень у міжнародній політиці. У сучасних реаліях їх діяльність є визначальною для репутації країн на міжнародній арені та справедливого висвітлення складних подій, зокрема тих, що стосуються України.

2.3 Співпраця українських і світових інформ агентств у контексті глобалізації

У добу цифрових технологій та стрімкої глобалізації співпраця між національними й міжнародними інформаційними агентствами набуває стратегічного значення. Для України, яка перебуває в умовах повномасштабної війни, партнерство з провідними світовими медіа стало ключовим чинником інформаційної безпеки, впливу та присутності у глобальному дискурсі [48, с. 131].

Одним із яскравих прикладів такої співпраці є інформаційний обмін між «Укрінформом» та агентствами Reuters, AFP, AP, DPA, EFE, ANSA, а також BBC News. Укрінформ постачає партнерам офіційну, перевірену інформацію з України, натомість отримує доступ до оперативних світових стрічок новин, фото- і відеоматеріалів, які використовуються в українських ЗМІ [45].

З початком повномасштабного вторгнення РФ, ця співпраця значно активізувалася. Наприклад, Укрінформ є членом European Alliance of News Agencies (EANA) та Асоціації Балтійсько-Чорноморських інформаційних агентств, що дозволяє оперативно передавати правдиву інформацію про російську агресію до міжнародних партнерів, уникати викривлення фактів і протидіяти кремлівським наративам [50, с. 67].

Також реалізуються спільні інформаційні кампанії. У 2023–2025 роках Укрінформ спільно з AFP, Deutsche Welle та BBC Ukraine публікував аналітичні спецпроекти, присвячені злочинам на окупованих територіях, гуманітарній кризі, українському спротиву. Ці проекти супроводжувались перекладами, інфографікою та відео, що підвищувало їхній вплив на міжнародну аудиторію.

Особливу роль у глобальному співробітництві відіграє боротьба з дезінформацією. Агентства обмінюються даними щодо фейків, спільно проводять фактчекінг-розслідування, як-от серія публікацій про фейкові відео «біолабораторій США в Україні» або про «неіснуючі бунти в українських ЗСУ». Такий підхід сприяє глобальній медіаграмотності та формує інформаційну стійкість суспільства.

У цьому процесі дедалі більшого значення набуває використання спільних технічних платформ – штучного інтелекту, інтегрованих баз фото- і відеоданих, хмарних систем редагування новин. Ці цифрові інструменти дозволяють синхронізувати інформаційні потоки в реальному часі, навіть за умов активних бойових дій.

Таким чином, співпраця українських і світових інфоагентств – це не лише обмін новинами, а й формування єдиного фронту в інформаційній війні, де правда, швидкість та достовірність стають потужною зброєю. У цьому контексті Укрінформ виступає як інформаційний міст між Україною і світом, а глобальні партнери – як рупори правди, здатні донести український голос до мільйонів.

Серед конкретних прикладів успішної співпраці між українськими та міжнародними інфоагентствами варто виокремити такі проєкти:

Проєкт «Voices from Ukraine». Цей мультимедійний спецпроєкт був створений у 2023 році у партнерстві Укрінформу, AFP та Deutsche Welle. У центрі проєкту – історії мирних українців, які постраждали від війни: вимушені переселенці, цивільні під обстрілами, родини загиблих. Матеріали публікувалися англійською, французькою, німецькою та українською мовами, супроводжувалися фото й відео, перекладалися для місцевих мовників у понад 15 країнах ЄС.

Інформаційна ініціатива «Ukraine Fact-Check Hub». У 2024 році за підтримки EANA та Reporters Without Borders (RSF) було створено коаліцію з представників Укрінформу, Reuters, AP, AFP та Baltic News Service, яка об'єднала ресурси задля боротьби з фейками.

У рамках цього хабу щотижня публікувалися дайджести дезінформації, що виявлялася в соцмережах, на проросійських сайтах, у телеграм-каналах. Одним із таких був матеріал «Як фейк про “перехоплення НАТО в Одесі” розійшовся на 12 мовах».

Міжнародна спецсерія «The Evidence: War Crimes in Ukraine». Це документально-аналітичний проєкт, реалізований у 2024–2025 рр. за участю

BBC News, Укрінформу, Bellingcat та OCCRP, що мав на меті збір доказів військових злочинів РФ. Укрінформ надавав первинні джерела з місця подій (інтерв'ю, фото, свідчення), а міжнародні партнери проводили OSINT-верифікацію. Матеріали серії були використані у звітах для Міжнародного кримінального суду в Гаазі.

Фотопроект «Ukraine: Resilience». У 2025 році спільно з Європейським альянсом новинних агентств (EANA) було створено виставковий проєкт, у якому взяли участь Укрінформ, EPA, Reuters, Magyar Távirati Iroda (MTI). На виставках у Берліні, Парижі, Будапешті, Таллінні та Брюсселі демонструвались фото зруйнованих міст, героїзму українців, життя під обстрілами. Частина знімків транслювалась онлайн через спільну платформу EANA.

Інтерв'ю-звіт «Facing the Blackout» (2023). Публікація створена спільно BBC News та Укрінформом – серія репортажів із прифронтових регіонів (Миколаїв, Харків, Донеччина) про життя українців під час масових атак на енергетичну інфраструктуру. Матеріал включав інтерактивні карти, свідчення медиків, педагогів, енергетиків. Укрінформ надавав доступ до героїв, BBC – технічну обробку та англomовну адаптацію.

Ці приклади демонструють, що інформаційна співпраця виходить за межі обміну новинами – вона включає спільне розслідування, фото- і відеофіксацію, фактчекінг, аналіз та міжнародну адвокацію (*див. Додаток Б*).

Отже, міжнародні інформагентства не лише інформують громадськість щодо суспільно-політичних подій, але й формують глобальні наративи, створюють інформаційні прецеденти та впливають на прийняття рішень у міжнародній політиці. У сучасних реаліях їх діяльність є визначальною для репутації країн на міжнародній арені та справедливого висвітлення складних подій, зокрема тих, що стосуються України.

Висновки

У другому розділі було досліджено особливості функціонування як українських, так і міжнародних інформаційних агентств, а також розглянуто їхню взаємодію в умовах глобалізованого інформаційного простору.

Перш за все, проаналізовано провідні українські інформаційні агентства, зокрема Укрінформ, Інтерфакс-Україна, УНІАН та інші. З'ясовано, що їхня специфіка полягає у висвітленні національного порядку денного, акценті на внутрішньополітичних, соціально-економічних та оборонних подіях. Ці агентства активно адаптуються до цифрових форматів, забезпечують багатомовність (особливо Укрінформ) і відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, особливо під час війни з Росією.

У другому підрозділі висвітлено діяльність міжнародних інформагентств, таких як Reuters, Associated Press (AP), AFP та BBC News. Визначено, що ці агенції мають величезний вплив на формування глобального інформаційного порядку денного, адже часто стають першоджерелами новин для тисяч локальних ЗМІ. Їхнє висвітлення суспільно-політичних подій здебільшого базується на принципах оперативності, об'єктивності та балансу думок, хоча не позбавлене впливу державної чи корпоративної політики.

Третій підрозділ присвячений співпраці українських і міжнародних агентств у контексті глобалізації. Встановлено, що в умовах війни та гібридних загроз така взаємодія набула особливого значення: українські агентства надають унікальний контент і локальну експертизу, тоді як міжнародні – забезпечують широке поширення цієї інформації на світовому рівні. Прикладами такої співпраці є публікації Укрінформу через канали AP або синхронізація новинних стрічок з Reuters. Подібна взаємодія сприяє не лише інформуванню, а й зміцненню міжнародної підтримки України.

Таким чином, сучасні інформагентства – як українські, так і світові – функціонують у тісному інформаційному зв'язку, спільно формуючи глобальну картину світу та виступаючи важливим інструментом комунікації в умовах сучасних викликів.

РОЗДІЛ 3

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАГЕНТСТВ

3.1 Фейки, дезінформація та проблема інформаційних маніпуляцій

У ХХІ столітті однією з найсерйозніших загроз для інформаційного простору є поширення фейкових новин, дезінформації та свідомих маніпуляцій громадською думкою. З появою соціальних мереж і доступності онлайн-платформ створення та поширення неправдивих повідомлень стало масовим явищем, що становить виклик навіть для найбільших міжнародних інформагентств [46, с. 120].

Інформаційні маніпуляції можна визначити як цілеспрямоване спотворення інформації з метою впливу на поведінку, переконання чи рішення аудиторії. Вони можуть здійснюватися як за допомогою неправдивих повідомлень (фейків), так і через контекстуальні підміни, відбір фактів або акцентування на часткових аспектах події [26, с. 64].

1. Причини поширення фейків та маніпуляцій у медіа. Основними чинниками, які сприяють поширенню фейкової інформації, є:

- *висока швидкість обміну інформацією.* Сучасні медіа, орієнтуючись на оперативність, часто нехтують багатоступеневою верифікацією джерел [21]. Наприклад, у 2022 році під час звільнення Харківщини у соцмережах масово поширювали фейкові відео нібито з «переможними» промовами російських генералів, які були змонтовані з архівних матеріалів. Через високу швидкість поширення такі відео встигали побачити мільйони людей до їхнього спростування.

- *брак медіаграмотності у значної частини аудиторії.* Споживачі не завжди здатні критично аналізувати інформацію та перевіряти факти [47, с. 69]. Яскравим прикладом є випадок із фейком про «українського хлопчика вбитого нацистами» у 2014 році, що був вигадкою російського «Першого каналу». Навіть попри очевидні ознаки неправдивості, цей сюжет вплинув на значну частину російськомовної аудиторії.

– *застосування інформації як зброї*. В умовах гібридних конфліктів дезінформація використовується як інструмент психологічного тиску та дестабілізації суспільства [21]. Зокрема, Україна постійно стикається з інформаційними атаками з боку російської пропаганди, яка створює та розповсюджує численні фейки про українську армію, владу та події на фронті [1].

У лютому 2022 року російські медіа масово поширювали фейкову інформацію про нібито «масову капітуляцію українських військових» у Миколаєві. Проте ця інформація була повністю спростована українською стороною, а автори фейку мали на меті деморалізувати українське суспільство.

2. Реакція інформаційних агентств на інформаційні маніпуляції

Інформагентства, як основа новинного потоку, стали першим рубежем оборони проти фейків. Основні стратегії їхньої протидії дезінформації:

Багаторівнева перевірка джерел інформації. У Reuters, AP та AFP діють внутрішні служби фактчекінгу, що верифікують будь-які повідомлення перед публікацією [33].

Наприклад, під час вторгнення Росії в Україну агентства Reuters та AP неодноразово затримували публікацію «гарячих» новин з поля бою, поки не підтверджували їх з трьох незалежних джерел, навіть ризикуючи програти в швидкості.

Використання спеціалізованих відділів для спростування фейків. Зокрема, в Укрінформі діє проєкт «StopFake», який щоденно аналізує та публічно спростовує дезінформацію [1].

Проєкт «StopFake» спростував фейкову новину, що в українських школах нібито забороняють російську мову та вимагають співати гімн на кожному уроці. Спростування отримало значне поширення і допомогло знизити паніку серед батьків.

Освітні кампанії з підвищення медіаграмотності. Інформаційні агентства, окрім поширення новин, дедалі частіше проводять тренінги,

публікують методичні матеріали з розпізнавання фейків та критичного мислення [8].

У 2023 році «Укрінформ» та «Інтерньюз-Україна» провели серію тренінгів для школярів та студентів «Як розпізнати фейк за 5 хвилин», під час яких молодь навчали основам верифікації фото та відео.

3. Технічні та цифрові виклики.

Із розвитком штучного інтелекту та генеративних технологій виник новий феномен – «глибокі фейки» (deepfakes), що використовують відео- та аудіоманіпуляції для імітації реальних заяв і виступів політиків, військових чи публічних осіб. Такі фейки важко відрізнити від справжніх без спеціалізованих інструментів, і вони стають усе більш витонченими [44].

Щоб протистояти цим загрозам, інформагентства інвестують у власні інструменти штучного інтелекту, які дозволяють автоматично виявляти маніпулятивний контент. Окрім того, активно впроваджується технологія цифрових водяних знаків (digital watermarking), що підтверджує справжність відео та фото [19].

У березні 2022 року в мережі з'явився deepfake-ролик, де президент Зеленський нібито закликав українців скласти зброю. Відео було розміщено на зламаних новинних сайтах. Українська влада оперативно спростувала цей фейк, назвавши його «технологією страху 2.0».

Технологія цифрових водяних знаків. У 2023 році АФР впровадила систему цифрового маркування зображень, що дозволяє перевірити автентичність фотографій із гарячих точок, зокрема Бахмута та Авдіївки.

4. Вплив фейків на інформаційний простір та довіру до ЗМІ.

Поширення фейкової інформації призводить до зниження рівня довіри до медіа загалом. За дослідженням Інституту масової інформації, 38% українців зізналися, що не завжди можуть відрізнити правду від маніпуляції у новинах, а 26% втратили довіру до деяких ЗМІ через виявлені фейки [12, с.27].

У 2023 році в Україні активно обговорювалася ситуація з фейковим відео про «обстріл хімічного заводу в Краматорську». Після викриття фейку багато користувачів публічно заявили про втрату довіри до джерела, яке поширило цю інформацію – одного з популярних Telegram-каналів.

Крім того, за даними ІМІ, після виявлення та спростування російських фейків про ЗСУ, аудиторія офіційних джерел, таких як «АрміяInform» та «Суспільне», зросла на 15%, що свідчить про переорієнтацію частини споживачів на надійні джерела.

Тому робота інформаційних агентств у цій сфері не просто професійний обов'язок, а й стратегічна складова збереження стабільності суспільства та національної безпеки.

Отже, боротьба з фейками та інформаційними маніпуляціями є одним із ключових викликів для сучасних інформагентств. Вони зобов'язані не лише поширювати достовірну інформацію, а й активно протидіяти дезінформації через верифікацію джерел, створення фактчекінгових платформ та просвітницькі кампанії. У майбутньому ця роль лише зростатиме, оскільки інформаційні війни стають невід'ємною частиною глобальних політичних процесів.

3.2 Цифрова трансформація та роль технологій у розвитку інформагентств

У сучасному світі розвиток інформаційних агентств нерозривно пов'язаний із процесами цифрової трансформації. Перехід від традиційних форматів подачі новин до інтерактивних мультимедійних платформ став необхідністю для збереження конкурентоспроможності та впливовості у глобальному інформаційному просторі [50, с. 82].

1. Основні напрями цифрової трансформації інформагентств.

Сучасні інформагентства проходять кілька ключових етапів цифрової модернізації:

Автоматизація новинних процесів. Використання штучного інтелекту (ШІ) для автоматичної генерації коротких новинних повідомлень, перекладів та первинної обробки даних уже практикується у світових агентствах, таких як Reuters та AFP. Наприклад, інформагентство Reuters використовує інструмент Lynx Insight, який допомагає журналістам автоматично аналізувати великі обсяги фінансових даних та формувати короткі новини чи аналітичні довідки. Також AFP впровадило платформу AFP Factuel для швидкої перевірки фактів з використанням ШІ [32].

В Україні, за зразком світових практик, агенція «Українські новини» впроваджує автоматичне формування стрічок новин на основі агрегаторів даних.

Розвиток мультимедійного контенту. Інформагентства все активніше працюють із відео, подкастами, інфографікою та інтерактивними елементами. Наприклад, УНІАН та Укрінформ активно застосовують прямі відеотрансляції подій на своїх онлайн-платформах та в соціальних мережах.

Яскравим прикладом є УНІАН, який на власному YouTube-каналі транслює наживо події з Верховної Ради та пресконференції, а також створює аналітичні відеосюжети та інтерв'ю. Укрінформ запустив серію подкастів «Україна: погляд у майбутнє», де журналісти та експерти обговорюють актуальні події, що отримали популярність серед молодіжної аудиторії [35].

Мобільні платформи та адаптивний дизайн. Аудиторія все частіше споживає новини через смартфони, тому провідні агентства розробляють мобільні додатки та оптимізовані версії сайтів із можливістю швидкого доступу до новинних стрічок у реальному часі.

BBC News та CNN мають адаптивні додатки, що дозволяють отримувати push-сповіщення за обраними темами, а також зберігати матеріали для офлайн-перегляду. В Україні Суспільне також оновило свій мобільний додаток, зробивши його більш інтерактивним та швидким для користувачів у зоні обмеженого доступу до мережі [47, с. 63].

Інтеграція у соціальні мережі. Платформи Facebook, Twitter, Instagram і Telegram стали невід’ємними каналами поширення новин. Українські агентства створюють офіційні канали, на яких публікують експрес-повідомлення, фотозвіти та аналітику.

Зокрема, Telegram-канал «Укрінформ: Оперативно» став джерелом швидких новин та аналітики під час повномасштабного вторгнення РФ. УНІАН має понад 200 тисяч підписників у Facebook, де оперативно викладає новини, відеозвіти та інфографіку. У США AP активно використовує TikTok для залучення молоді до важливих суспільно-політичних тем [34].

2. Використання штучного інтелекту та аналітики даних.

Світові інформагентства дедалі активніше впроваджують аналітичні інструменти для моніторингу суспільних настроїв, виявлення трендів та прогнозування подій. За допомогою алгоритмів штучного інтелекту здійснюється: автоматичний збір та сортування новин із глобальних джерел; аналіз соціальних медіа для визначення актуальних тем; виявлення аномалій у поширенні інформації, що може свідчити про кампанії дезінформації [46, с. 124].

В агентствах, таких як Reuters і AP, ШІ також використовується для перевірки фактів і пошуку дублюючих або підозрілих повідомлень у глобальному потоці новин. Наприклад, AP News використовує інструмент Wordsmith для автоматичного створення новин зі спортивної та фінансової тематики. Reuters залучає платформу News Tracer на основі ШІ, яка аналізує Twitter у реальному часі для визначення достовірності інформації, а також виявляє потенційні інформаційні вкиди [45].

В Україні агенція Liga.net співпрацює з українськими стартапами в галузі data science для створення прогнозних моделей щодо економічної та соціальної ситуації на основі даних із соцмереж та відкритих джерел.

3. Кібербезпека як ключовий виклик цифрової трансформації.

Зростання цифрових обсягів контенту та онлайн-комунікацій супроводжується підвищеними кіберризиками. Інформагентства стають

мішенню для хакерських атак, DDoS-атак та спроб несанкціонованого доступу до внутрішніх баз даних. Саме тому провідні агентства інвестують у створення багаторівневих систем захисту інформації та резервного зберігання даних [16].

Українські агентства, особливо в умовах війни, активно співпрацюють із фахівцями з кібербезпеки для захисту своїх інформаційних ресурсів від атак з боку держав-агресорів. Зокрема, з 2022 року Укрінформ впровадив розширені системи моніторингу та попередження кібератак за підтримки партнерських програм ЄС [47].

Світовим прикладом є хакерська атака 2015 року на французьке агентство TV5 Monde, коли його ефір був перехоплений хакерами. Після цього агентство інвестувало понад 5 млн євро в кібербезпеку та резервування своїх цифрових каналів [16].

В Україні з 2022 року Укрінформ посилив співпрацю з Держспецзв'язку та міжнародними партнерами, зокрема приєднався до програми Rapid Cyber Response EU. Агентство створило власний центр реагування на кібератаки, що дозволило попередити кілька спроб DDoS-атак на свої сервери [45].

4. Перспективи розвитку технологій у сфері інформантств.

У майбутньому можна виділити кілька перспективних напрямків розвитку інформантств у цифровому середовищі:

Розвиток персоналізованого контенту. Застосування алгоритмів, які формуватимуть новинні стрічки з урахуванням інтересів конкретного користувача.

CNN тестує функцію персоналізації стрічок у своєму додатку на базі IBM Watson, де користувач отримує добірку новин згідно з його історією пошуку. В Україні новинний портал NV впровадив функцію «Персональні добірки», де користувачі обирають улюблені рубрики [43].

Активне впровадження доповненої та віртуальної реальності. Агентства зможуть створювати інтерактивні репортажі з використанням VR/AR, що дозволить глядачам «присутньо» відчувати себе на місці подій.

The New York Times регулярно створює репортажі у VR, наприклад, про руйнівні наслідки ураганів або війни в Сирії. У 2023 році Укрінформ розробив експериментальний проєкт «Харків: реальність війни», де за допомогою VR показав руйнування міста після російських обстрілів [19].

Інтеграція блокчейн-технологій. Це забезпечить достовірність інформації та прозорість її походження.

Reuters експериментує з платформою Civil для перевірки достовірності джерел інформації. В Україні стартап ForkLog Media впровадив блокчейн-систему для фіксації першоджерел публікацій та запобігання фейкам [7].

Розширення можливостей штучного інтелекту у сфері автоматизованої журналістики, зокрема для підготовки фінансових та спортивних оглядів без участі людини.

АР розширило використання ШІ для створення економічних аналітичних звітів. Очікується, що до 2027 року понад 30% контенту буде створено автоматично. В Україні розглядається впровадження таких рішень на базі агенції УНІАН, особливо у тематиці спорту та фінансів [37] (*див. Додаток В*).

Отже, цифрова трансформація суттєво змінює діяльність інформагентств, надаючи їм нові інструменти для оперативного інформування, підвищення достовірності контенту та інтерактивної взаємодії з аудиторією. Водночас вона ставить перед ними серйозні виклики у сфері кібербезпеки та відповідальності за інформаційне середовище. У найближчі роки роль технологій у розвитку інформагентств лише зростатиме, а здатність швидко адаптуватися до нових цифрових реалій стане визначальним фактором їх успіху.

3.3 Перспективи розвитку українських інформагентств у міжнародному контексті

У сучасному глобалізованому світі українські інформаційні агентства відіграють важливу роль не лише у формуванні внутрішнього інформаційного поля, а й у створенні міжнародного іміджу України. Розвиток українських агентств у міжнародному контексті пов'язаний з кількома ключовими факторами: інтеграцією у світові інформаційні спільноти, цифровою трансформацією, зміцненням партнерських зв'язків та активною участю у глобальних інформаційних процесах [47, с. 120].

1. Посилення міжнародної присутності через стратегічні партнерства.

Одним із головних напрямків розвитку українських інформагентств є розширення партнерських відносин з провідними міжнародними агентствами – такими як Reuters, Associated Press, Agence France-Presse, Deutsche Presse-Agentur. Завдяки цій співпраці українські новини отримують широкий розголос у світових ЗМІ, а міжнародні журналісти отримують достовірну інформацію з України з перших рук [34].

Укрінформ вже є повноцінним учасником багатьох міжнародних платформ і щоденно публікує матеріали англійською, німецькою та французькою мовами. У перспективі передбачається розширення мовних версій і запуск окремих регіональних стрічок для Азії та Латинської Америки [45].

Укрінформ і Reuters: У 2022 році Укрінформ відновив співпрацю з Reuters, що дозволило англomовним читачам отримувати достовірну інформацію про російсько-українську війну з української перспективи.

Спільні проєкти УНІАН з AFR: Протягом 2023 року УНІАН передавав відео та фото з місць подій, які транслювалися через французьке агентство AFR для європейської аудиторії.

Suspilne Media (Суспільне) у 2023 році почало щотижневу англomовну розсилку «Ukraine. Explained», яку читають урядовці та журналісти по всьому світу.

2. Поглиблення інтеграції у світові медіаспільноти.

Українські інформ агентства активно інтегруються у міжнародні журналістські організації, зокрема:

- Європейський альянс новинних агентств (EANA);
- Міжнародну федерацію журналістів (IFJ);
- Репортери без кордонів (RSF) [30].

Членство у цих організаціях дозволяє українським агентствам брати участь у розробці міжнародних стандартів журналістики, отримувати доступ до нових технологічних рішень та захищати права українських журналістів у міжнародних судах і організаціях [4].

Укрінформ як член EANA: Бере участь у щорічних зустрічах Європейського альянсу новинних агентств, де представляє позицію України щодо свободи слова у воєнний час.

StopFake у RSF: StopFake – не лише фактчекер, а і медіаучасник ініціативи «Information and Democracy Partnership», підтриманої «Репортерами без кордонів» для захисту демократичних медіа.

Участь українських редакторів у Global Investigative Journalism Network: Українські журналісти, зокрема з агенцій «Інтерфакс-Україна» та «Букви», пройшли навчання у США і Канаді щодо цифрової журналістики та кіберзахисту.

3. Перехід до нових форматів мультимедійного міжнародного контенту.

У сучасному світі текстова інформація вже недостатня. Світові тренди вимагають від інформаційних агентств створення повноцінних мультимедійних проєктів, інтерактивної аналітики та відеорепортажів із використанням новітніх технологій.

Перспективними напрямками для українських агентств у міжнародній роботі є:

- створення міжнародних відеопроектів та інтерактивних спецпроектів про Україну (культура, наука, оборонні технології);
- запуск окремих англомовних і франкомовних подкастів з аналітикою про українські події;

– розвиток інтерактивних карт та інфографіки для візуалізації конфліктів і гуманітарних процесів [18].

Проект «Ukraine Explained» від Суспільного – щотижневий YouTube-випуск англійською мовою з аналітикою для західної аудиторії.

«Ukraine Now» від Укрінформу – відеопроєкт, що пояснює контекст війни, геополітики, культури; перекладено на 4 мови, включно з японською та арабською.

Інфографіка на платформі Texty.org.ua регулярно використовується CNN та Politico як ілюстративний супровід до глобальних матеріалів про війну в Україні.

4. Участь у боротьбі з глобальною дезінформацією.

З огляду на активне поширення фейків у міжнародному інформаційному просторі, українські інформажентства мають шанс стати лідерами у сфері фактчекінгу. Ініціатива «StopFake», створена в Україні, вже є міжнародним партнером багатьох глобальних проєктів [1].

Перспективою є запуск на базі українських агентств англійських та іспаномовних платформ для спростування дезінформації, спрямованої проти України та її партнерів у світі. Це дозволить не лише захищати власну інформаційну політику, але й сприяти формуванню міжнародних стандартів інформаційної безпеки [14, с. 62].

StopFake – співпрацює з Meta (Facebook) як офіційний партнер у програмі перевірки фактів у Східній Європі.

VoxCheck – український проєкт, який з 2021 року бере участь у міжнародному консорціумі IFCN (International Fact-Checking Network) та регулярно перевіряє фейки, що поширюються китайськими та російськими пропагандистськими сайтами.

У 2023 році на базі Укрінформу запущено англійський сайт «Disinfo Radar», який аналізує наративи російської пропаганди в Іспанії, Італії та Південній Америці.

5. Виклики, що стоять перед українськими агентствами у міжнародній площині.

Серед основних викликів, які мають подолати українські інформагентства, можна виділити: необхідність постійних інвестицій у технологічне оновлення; підвищення рівня підготовки кадрів для роботи у міжнародних редакціях; конкуренція з потужними міжнародними корпораціями та глобальними платформами (Google News, Bloomberg, Al Jazeera) [5, с. 65].

Технологічне оновлення: УНІАН заявив про потребу модернізувати інфраструктуру для швидкої обробки відео 4K, що є стандартом для світових агентств.

Підготовка кадрів: У 2024 році за підтримки DW Akademie було проведено навчальні курси для понад 50 українських журналістів щодо ведення англomовних репортажів.

Конкуренція: Google News не завжди підтягує українські джерела до топу результатів, що створює інформаційне «затемнення» на міжнародному рівні – виклик, що потребує рішень у сфері SEO та digital PR.

Водночас, успішна робота українських агентств у міжнародному контексті є питанням національної безпеки та формування іміджу України як демократичної, відкритої та медіаграмотної держави.

Отже, перспективи розвитку українських інформагентств у міжнародному контексті пов'язані з посиленням глобальної присутності, впровадженням інноваційних форматів, активною участю у боротьбі з дезінформацією та інтеграцією у світові професійні спільноти. Подолання технологічних і кадрових викликів відкриє нові можливості для України не лише в інформаційному просторі, але й у міжнародній дипломатії.

Висновки

У третьому розділі було проаналізовано ключові виклики, з якими стикаються сучасні інформаційні агентства, а також окреслено перспективи їхнього розвитку в умовах цифровізації та глобалізації.

По-перше, розглянуто проблему фейків, дезінформації та інформаційних маніпуляцій. Установлено, що ці загрози стали особливо актуальними в умовах гібридної війни, коли інформаційний фронт відіграє не меншу роль, ніж військовий. Інформагентства стикаються з потребою швидкої верифікації джерел, фактчекінгу та протидії кампаніям з інформаційного впливу. Саме від їхньої здатності оперативно реагувати й дотримуватися стандартів журналістської етики залежить довіра суспільства до медіа.

По-друге, досліджено роль цифрової трансформації та технологій. З'ясовано, що інформагентства активно впроваджують штучний інтелект, алгоритми автоматичного редагування, мультимедійні платформи та мобільні застосунки. Ці інструменти не лише підвищують ефективність роботи редакцій, а й дозволяють адаптувати контент до нових форматів споживання інформації (зокрема, через соціальні мережі, подкасти, візуальні стрічки новин тощо).

По-третє, у підрозділі 3.3 визначено перспективи розвитку українських інформагентств у міжнародному контексті. Попри численні виклики – зокрема, конкуренцію з великими глобальними гравцями та обмежені фінансові ресурси – українські агентства мають потенціал зміцнення міжнародного авторитету. Цьому сприяють як стратегічна співпраця з провідними світовими агентствами (наприклад, Укрінформ та Associated Press), так і зростання зацікавленості міжнародної спільноти у подіях в Україні. Інноваційність, достовірність, а також національний наратив – ключові елементи успіху у світовому інформаційному полі.

Таким чином, розвиток інформаційних агентств залежить від здатності відповідати на виклики часу: захищати інформаційний простір від загроз, швидко адаптуватися до цифрової реальності та формувати якісний контент

для глобальної аудиторії. Українські агентства мають усі шанси стати впливовими гравцями в новій архітектурі світового медіапростору.

ВИСНОВКИ

Під час виконання кваліфікаційного дослідження «Сучасні інформантства як джерело інформації про суспільно-політичне життя в Україні та за кордоном» були реалізовані поставлені завдання, що дозволило комплексно схарактеризувати роль, функції та перспективи розвитку інформаційних агентств в умовах сучасного глобального інформаційного простору.

Проведене дослідження засвідчило, що інформаційні агентства є невіддільною складовою системи масової комунікації, які не лише виконують роль посередника між подіями та аудиторією, а й активно впливають на формування суспільного дискурсу. Їхня діяльність базується на чітко структурованій організаційній моделі, яка забезпечує оперативне отримання, обробку та розповсюдження новин. Типова структура інформантства включає низку рубрик, кожна з яких виконує важливу специфічну функцію – від збору інформації до її верифікації та поширення.

Аналіз діяльності українських і міжнародних агентств дав змогу визначити їхній внесок у висвітлення суспільно-політичних процесів як на національному, так і на світовому рівнях. Вітчизняні інформантства, зокрема Укрінформ, УНІАН та Інтерфакс-Україна, виконують важливу роль у забезпеченні доступу громадськості до перевіреної інформації, підтримуючи об'єктивність у часи кризових подій, таких як війна, політична нестабільність чи глобальні виклики.

Значну увагу в роботі було приділено дослідженню впливу інформантств на суспільну свідомість. Саме вони визначають, які теми потрапляють у фокус суспільного обговорення, які питання виносяться на перший план, а які – залишаються поза увагою. Через новини, аналітичні матеріали та інтерпретацію фактів інформантства здатні формувати уявлення громадськості про події, що безпосередньо впливає на політичні

процеси, електоральну поведінку та формування національних і глобальних наративів.

Особливо гострою залишається проблема протидії дезінформації, яка в умовах цифрової доби набуває глобального масштабу. Поширення фейкових новин, маніпулятивних заголовків та спотвореної інформації становить реальну загрозу для демократії. Українські агентства вживають низку заходів для боротьби з цим явищем: впроваджують фактчекінгові сервіси, посилюють внутрішні стандарти перевірки та беруть участь у міжнародних ініціативах, зокрема в межах «Ukraine Fact-Check Hub» та кооперацій із AFP, AP, BBC.

Дослідження також виявило, що співпраця українських та світових інформагентств у контексті глобалізації має стратегічне значення. Завдяки партнерству з провідними агентствами – Reuters, AFP, Associated Press, BBC News, Deutsche Welle – Укрінформ бере участь у спільних інформаційних кампаніях, створенні документальних спецпроектів (як-от Voices from Ukraine, Facing the Blackout, The Evidence: War Crimes in Ukraine) та фотодокументації війни. Така співпраця сприяє поширенню української перспективи у світі та зміцненню інформаційного суверенітету держави.

Окреме місце в дослідженні посіла тема технологічної трансформації. Використання алгоритмів штучного інтелекту, автоматизованих систем моніторингу новин, мультимедійних форматів та інтерактивної візуалізації дозволяє агентствам оперативно реагувати на виклики часу. Проте водночас зростають і вимоги до кібербезпеки, цифрової верифікації та етики журналістики.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що сучасні інформагентства виконують функції, що значно перевищують традиційне журналістське інформування. Вони стають стратегічними комунікаційними центрами, які сприяють формуванню політичної стабільності, забезпеченню національної безпеки, захисту інформаційного простору та репрезентації держави у світі.

У період повномасштабної війни їхня діяльність набуває рівня інформаційного фронту, де ключовими є достовірність, швидкість і довіра.

У майбутньому українським інформантствам доцільно зосередити зусилля на подальшій цифровій трансформації, розширенні міжнародного партнерства, зокрема в рамках EANA, RSF, IFJ, активному просуванні україномовного контенту у світовому медіапросторі та розвитку медіаграмотності серед громадян.

Проведена наукова розвідка дає підстави стверджувати, що в умовах гібридної війни українські інформаційні агентства перетворюються на важливий інструмент національної стійкості та глобального впливу. Підвищення їхньої професійної спроможності, впровадження інновацій та посилення співпраці з провідними світовими агентствами є необхідними умовами зміцнення позицій України в сучасному світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітика «StopFake». Київ, 2023. URL: <https://www.stopfake.org>. (дата звернення: 10.02.25).
2. Аналітика Інституту масової інформації. Роль інформаційних агентств у комунікації влади та суспільства. Київ, 2023. 95 с.
3. Аналітична доповідь Європейського альянсу новинних агентств (EANA). 2023. URL: <https://www.newsalliance.org>. (дата звернення: 16.02.25).
4. Аналітичні звіти «Репортери без кордонів» щодо роботи журналістів у гарячих точках. 2023. URL: <https://rsf.org>. (дата звернення: 21.02.25).
5. Аналітичні огляди Інституту масової інформації. Формування медіапростору України. Київ, 2023. 95 с.
6. Аналітичний звіт «Інформаційна безпека в Україні: виклики та перспективи». Київ : Інститут масової інформації, 2023. 92 с.
7. Blockchain technology in journalism: application and ethics. Harvard Kennedy School report, 2023. URL: <https://www.hks.harvard.edu>. (дата звернення: 18.02.25).
8. Deutsche Welle. How to detect fake news. 2023. URL: <https://www.dw.com>. (дата звернення: 25.02.25).
9. DPA – Deutsche Presse-Agentur. 2023. URL: <https://www.dpa.com>. (дата звернення: 18.02.25).
10. Дослідження «Україна в міжнародному інформаційному просторі». Київ: Інститут масової інформації, 2023. 88 с.
11. Дослідження «Цифрова трансформація медіа: досвід українських інформагентств». Київ : Детектор медіа, 2023. 82 с.
12. Дослідження ІМІ «Довіра українців до ЗМІ та вплив фейків». Київ, 2023. 91 с.
13. Дослідження Інституту масової інформації. Мобільне споживання новин в Україні. Київ, 2023. 84 с.

14. Дослідження Українського інституту медіа та комунікації. Висвітлення українських подій у світовому медіапросторі. Київ, 2023. 97 с.
15. Дослідження Українського інституту медіа. Роль українських агентств у глобальній інформаційній безпеці. Київ, 2023. 88 с.
16. Звіт BBC про боротьбу з дезінформацією у глобальних ЗМІ. 2023. URL: <https://www.bbc.com>. (дата звернення: 03.03.25).
17. Звіт Інституту масової інформації «Фейки в українському медіапросторі». Київ, 2023. 92 с.
18. European Alliance of News Agencies (EANA): членство України. 2023. URL: <https://www.newsalliance.org>. (дата звернення: 19.02.25).
19. European Commission. Report on tackling disinformation. 2023. URL: <https://ec.europa.eu>. (дата звернення: 24.02.25).
20. European Journalism Centre. Future of multimedia journalism. 2023. URL: <https://medialandscapes.org>. (дата звернення: 21.02.25).
21. European Journalism Centre. Future trends in media personalization. 2023. URL: <https://medialandscapes.org>. (дата звернення: 21.02.25).
22. European Journalism Centre. Media Landscapes: Expert analyses of the state of media. 2023. URL: <https://medialandscapes.org>. (дата звернення: 20.02.25).
23. European Journalism Centre. Media Landscapes: Global structures. 2023. URL: <https://medialandscapes.org>. (дата звернення: 19.02.25).
24. European Journalism Centre. Media Landscapes: Ukraine. 2023. URL: <https://medialandscapes.org>. (дата звернення: 25.02.25).
25. Інтерв'ю з головним редактором «Інтерфакс-Україна» про діджиталізацію контенту. Київ : Детектор медіа, 2023. URL: <https://detector.media>. (дата звернення: 20.02.25).
26. Куліш А.О. Інформаційні агентства та їхня роль у світовому медіапросторі. Київ : НаУКМА, 2019. 140 с.
27. Кузьменко І. Теорія масової інформації: сучасний стан та перспективи. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2020. 196 с.

28. Міністерство культури та інформаційної політики України. Звіт про інформаційний фронт України. Київ, 2023. URL: <https://mkip.gov.ua>. (дата звернення: 06.03.25).
29. Мартинюк О.П. Мас-медіа в інформаційному суспільстві. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2021. 256 с.
30. Офіційний сайт Agence France-Presse. 2023. URL: <https://www.afp.com>. (дата звернення: 28.03.25).
31. Офіційний сайт Associated Press. 2023. URL: <https://www.apnews.com>. (дата звернення: 16.02.25).
32. Офіційний сайт EANA (European Alliance of News Agencies). 2023. URL: <https://www.newsalliance.org>. (дата звернення: 26.03.25).
33. Офіційний сайт Національного інформаційного агентства «Укрінформ». 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua>. (дата звернення: 30.03.25).
34. Офіційний сайт Reuters. 2023. URL: <https://www.reuters.com>. (дата звернення: 06.02.25).
35. Офіційний сайт Reuters: перевірка фактів. 2023. URL: <https://www.reuters.com/fact-check>. (дата звернення: 17.04.25).
36. Офіційний сайт Укрінформу: Telegram-канал та цифрові ініціативи. 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua>. (дата звернення: 19.02.25).
37. Офіційний сайт УНІАН: трансляції та мультимедійні проекти. 2023. URL: <https://www.unian.ua>. (дата звернення: 16.02.25).
38. Павленко Н. Сучасні інформаційні агентства: структура, функції, роль у медіапросторі. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 132 с.
39. Reuters Trust Principles. 2023. URL: <https://www.reuters.com>. (дата звернення: 19.04.25).
40. Скуратівський В. Інформаційні агентства світу та їхня роль у формуванні глобального інформаційного простору. Київ : Наукова думка, 2017. 220 с.
41. Спільні проєкти Укрінформу з Reuters і AFP – офіційний звіт. Київ, 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua>. (дата звернення: 11.04.25).

42. Стандарти журналістської діяльності та мультимедійних агентств. Київ : Інститут масової інформації, 2023. 112 с.
43. Стаття «AI-driven automated journalism». The New York Times, 2023. URL: <https://www.nytimes.com>. (дата звернення: 16.02.25).
44. Стаття «Deepfakes – нова інформаційна зброя». Wired, 2023. URL: <https://www.wired.com>. (дата звернення: 22.04.25).
45. Сучасне інформаційне агентство: виклики та стандарти роботи. 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua>. (дата звернення: 06.02.25).
46. Тараненко С.І. Інформаційна діяльність: теорія і практика. Київ : Академія, 2020. 180 с.
47. Чабаненко Н.В. Інформаційний простір України: сучасні тенденції розвитку. Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2019. 210 с.
48. Шульга М. Міжнародна співпраця інформаційних агентств у протидії гібридним загрозам // Інформаційний вісник. 2022. № 4. С. 125–133.
49. Шульженко А., Рула Н. Структура повідомлень українських інформаційних агентств під час висвітлення подій повномасштабної російсько-української війни. // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2022. С. 266–271.
50. Яворський П. Цифрова ера в діяльності ЗМІ: перспективи і ризики. Харків : Право, 2021. 278 с.

Додаток А

Порівняльний аналіз інформаційних агентств України

(УНІАН, Укрінформ та Інтерфакс-Україна)

Критерій	УНІАН	Укрінформ	Інтерфакс-Україна
Рік заснування	1993	1918	1992
Тип власності	Приватне, входить до медіахолдингу <i>1+1 media</i>	Державне	Приватне, частина міжнародної групи <i>Interfax Information Services</i>
Цільова аудиторія	Широка громадськість, інтернет-користувачі, журналісти	Громадськість, державні органи, міжнародна аудиторія	Бізнес, держустанови, експертне середовище
Формати контенту	Новини, аналітика, фото, відео, трансляції	Новини, аналітика, фото, відео, міжнародні огляди, багатомовний контент	Новини, економічні аналітичні звіти, моніторинги, експертні коментарі
Мовна політика	Переважно українська, частково – російська (до 2022), англійська	Українська, англійська, французька, німецька, іспанська	Українська, російська, англійська
Основні теми	Політика, економіка, соціум, спорт, культура, шоу-бізнес	Офіційна позиція держави, міжнародна політика, війна, гуманітарні питання	Економіка, фінанси, політика, бізнес-аналітика
Форма доступу до контенту	Вільний доступ через сайт (https://www.unian.ua)	Вільний доступ (https://www.ukrinform.ua), частково для медіапартнерів	Платна підписка для повного доступу (https://interfax.com.ua)
Інновації та мультимедіа	Онлайн-пресконференції, стріми, адаптація для мобільних пристроїв	Мультимедійний центр, підтримка Telegram, багатомовні платформи	Цифрова трансформація контенту, автоматизовані огляди, архіви, бізнес-інструменти
Міжнародна присутність	Обмежена, в основному через партнерські ресурси	Широка: співпраця з понад 40 агентствами (Reuters, AFP, AP, dpa)	Співпраця з міжнародною мережею Interfax
Інституційна роль	Потужне багатожанрове агентство для масової аудиторії	Офіційний інформаційний голос України, учасник боротьби з дезінформацією	Аналітичне джерело для бізнесу, важливе для економічного прогнозування

Додаток Б

Порівняльна таблиця українських та зарубіжних інформантств

Агентство	Країна походження	Рік заснування	Форма власності	Ключові розділи	Роль у висвітленні війни в Україні
Укрінформ	Україна	1918	Державне агентство	Війна, Політика, Економіка, Фактчеки, Культура, Регіони, Діаспора	Фокус на інформуванні українського та світового суспільства про війну; мультимедійні матеріали; інфографіка; рубрика «Фактчеки» активно бореться з фейками та пропагандою. Оперативні репортажі, аналітика, фокус на міжнародному контексті; велика мережа кореспондентів; використання ІІ та автоматизації; фото- та відеоконтент з місця подій.
Reuters	Велика Британія	1851	Приватне, у складі корпорації Thomson	World, Politics, Business, Fact Check, War in Ukraine	Акцент на фото- і відеожурналістиці; оперативне висвітлення фронтних подій; фактчекінг російської пропаганди; матеріали використовуються міжнародними судовими структурами. Системне викриття фейків; гуманітарний фокус; інтеграція OSINT і мультимедійних технологій; геолокаційний та відеоаналіз; французький погляд на глобальні події.
Associated Press (AP)	США	1846	Некомерційне кооперативне агентство	War in Ukraine, U.S. Politics, Science, Photos, Fact Check	
AFP (Agence France-Presse)	Франція	1835 (як Havas)	Громадське підприємство з держконтролем	Ukraine Crisis, Disinformation, Europe, Culture, Photo, Video, Fact Check	

Додаток В

Напрями цифрової трансформації інформажентств

Напрямок цифрової трансформації	Світові приклади	Українські приклади
Автоматизація новинних процесів	Reuters – Lynx Insight (автоматична аналітика фінансових новин)	«Українські новини» – агрегатори новин та автоматичні стрічки
Мультимедійний контент	AFP – відеорепортажі та подкасти Factual	УНІАН – YouTube, прямі трансляції; Укрінформ – подкасти
Мобільні платформи та адаптивний дизайн	CNN, BBC News – мобільні додатки з персоналізованими стрічками	Суспільне – оновлений мобільний додаток
Інтеграція у соцмережі	AP – TikTok для молодіжної аудиторії	Укрінформ – Telegram «Оперативно»; УНІАН – Facebook, Instagram
ШІ та аналітика даних	Reuters – News Tracer, AP – Wordsmith (автоматичні новини)	Liga.net – аналіз трендів через Data Science
Кібербезпека	TV5 Monde – після хакерської атаки інвестовано 5 млн євро	Укрінформ – Rapid Cyber Response EU, моніторинг DDoS
Персоналізований контент	CNN – добірки через IBM Watson	NV – персональні добірки новин
AR/VR	The New York Times – VR-репортажі	Укрінформ – проєкт «Харків: реальність війни» у VR
Блокчейн для достовірності	Reuters – Civil платформа	ForkLog Media – фіксація першоджерел через блокчейн
Автоматизована журналістика (ШІ)	AP – фінансові та спортивні огляди без участі людини	УНІАН – впровадження ШІ для автоматизації аналітичних матеріалів (плани)