

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ**

УДК 007: 316.77: 327 (477: 100)

Гарматій Ольга Василівна
кандидат філологічних наук,
Національний університет «Львівська політехніка»,
Львів, Україна,
oharmatiy@gmail.com

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ**

У статті розглядається діяльність інформаційних агентств у медіа забезпеченні міжнародної діяльності держави з огляду на те, що сучасні великі інформаційні агентства світу відіграють провідну, а в деяких аспектах і виняткову, роль у функціонуванні глобальних інформаційно-комунікаційних потоків. На прикладі вивчення функціонування Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» досягнуто мету дослідження: довести системоутворюючу роль названого інформаційного агентства в об'єктивному та привабливому представленні України у світі, поширенні міжнародних новин, розбудові позитивного міжнародного іміджу України. Застосовано такі методи дослідження як аналіз, синтез, порівняння, аналогія, класифікація, спостереження, аналіз документів. Основні одержані висновки роботи полягають у визнанні, що функціонування інформаційних агентств є важливим, потужним, але недостатньо задіяним у сучасних умовах ресурсом для просування та захисту національних інтересів і демократичних змін у нашій країні, позиціонування України на світовій інформаційній карті як незалежної та проєвропейської держави.

Ключові слова: інформаційне агентство, засоби масової інформації, мас-медіа, інформаційне забезпечення, медіазабезпечення, агентства «Великої трійки».

Harmatii Olha, Candidate of Philology, «Lviv Polytechnic» National University, Lviv, Ukraine

Information support of international activity role and importance of informational agencies

The article deals with the activities of informational agencies in the media providing the international state activity according to the fact that current major world informational agencies play a major, and to some respect an exclusive role in the functioning of global information and communication flows. On the example of the Ukrainian National Information Agency «Ukrinform» functioning study there were achieved the main purposes of the research: to prove the role of a system-called news

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

agency in an objective and attractive representation of Ukraine in the world, such as spreading the news and forming a positive international image of Ukraine. Applied research methods such as analysis, synthesis, comparison, analogy, classification, monitoring, and document analysis. The main conclusions are the recognition of the news agencies activity to be of great importance and powerful, but currently been not a sufficiently involved resource for promoting and protecting the national interests and democratic changes in our country, positioning Ukraine on the world information map as an independent and pro-European country.

Key words: news agency, mass media, media, information support.

Гарматий Ольга Васильевна, кандидат филологических наук, Национальный университет «Львовская политехника», Львов, Украина

Информационное обеспечение международной деятельности: роль и значение информационных агентств

В статье рассматривается деятельность информационных агентств в медийном обеспечении международной деятельности государства, учитывая то, что современные крупные информационные агентства мира играют ведущую, а в некоторых аспектах и исключительную, роль в функционировании глобальных информационно-коммуникационных потоков. На примере изучения функционирования Украинского национального информационного агентства «Укринформ» достигнута цель исследования: доказать системообразующую роль названного информационного агентства в объективном и привлекательном представлении Украины в мире, распространении международных новостей, развитии положительного международного имиджа Украины. Применены следующие методы исследования как анализ, синтез, сравнение, аналогия, классификация, наблюдение, анализ документов. Основные полученные выводы работы заключаются в признании, что функционирование информационных агентств является важным, мощным, но недостаточно задействованным в современных условиях ресурсом для продвижения и защиты национальных интересов и демократических преобразований в нашей стране, позиционирования Украины на мировой информационной карте как независимого и проевропейского государства.

Ключевые слова: информационное агентство, средства массовой информации, масс-медиа, информационное обеспечение, медиаобеспечение, агентства «Большой тройки».

Вступ. Однією з характерних ознак сучасності стає зростання ролі інформації, збільшення інформаційних потреб громадян, установ, громадських організацій, органів державної влади всіх країн. Інформація лежить в основі прийняття рішення у будь-якій сфері – політичній, економічній чи соціальній,

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

впливає на політико-економічні, культурно-освітні та ін. процеси у міжнародній діяльності.

Невід'ємною складовою інформаційної системи є засоби масової інформації. Стрімкий розвиток інформаційних структур, подальше зростання потоків інформації у світі підвищують роль і значення засобів масової інформації.

Засоби масової інформації – це складна система, до якої належать різні суб'єкти інформаційної діяльності: друковані, аудіовізуальні та електронні ЗМІ. Згідно із законодавством України, друкованими засобами масової інформації є періодичні друковані видання (преса): газети, журнали, бюлетені, разові видання з визначеним накладом. Група аудіовізуальних ЗМІ складається з радіо та телебачення, нові медіа найяскравіше представлені глобальною інформаційною мережею Інтернет.

Окремою групою системи засобів масової інформації виступають інформаційні агентства – спеціалізовані інформаційні структури, основні функції яких – добирати, опрацьовувати та постачати інформацію засобам масової інформації (редакціям газет, журналів, телебачення, радіомовлення), державним органам, громадським організаціям, іншим установам і організаціям, приватним особам [4, с. 8]. Інформаційне агентство складається з мережі редакцій та кореспондентів й фотокореспондентів у країні і за кордоном. Редакції можуть працювати як незалежно, надаючи свої послуги на місцях, так і під керівництвом головної редакції, де збирається інформація для широкого кола споживачів. Інформація поширюється як за допомогою власних структур (сайт, оперативні стрічки новин, електронна пошта, періодичні видання, телевізійні канали і т. д.), так і за допомогою партнерів.

Інформаційні агентства вважаються сьогодні одним з головних суб'єктів медіапроцесів, що значною мірою визначають контент, обсяг, тематичну спрямованість інформаційних потоків. Від інформагентств залежить, якою буде «новинна картина» дня в кожній країні та у світі загалом.

Глобалізація інформаційно-комунікаційних процесів, зростання ролі інформагентств у сучасній інформаційній індустрії, збільшення їхньої частки в інформаційному обігу вимагають сьогодні пильного ставлення до діяльності інформагентств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, показує, що до вивчення інформаційних агентств зверталися багато українських і зарубіжних дослідників. Різні аспекти й особливості функціонування інформагентств розглядали такі закордонні науковці як І. Аньєс (Y. Agnès), Р. Богданьські (P. Bogdanski), О. Бойд-Барретт (O. Boyd-Barret), Ю. Вільке (J. Wilke), Г. Вірен, К. Войцехович, Г. Ганс (H. Hans), Р. Д. Каппон (R. J. Carpon), В. фон Ла Рош

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

(W. von La Roche), О. Лашук, М. Матьєн (M. Matien), Ю. Погорєлий, Т. Рантанен (T. Rantanen), П.-Й. Рає (P.-J. Raue), Д. Фенбі (D. Fenby), В. Шнайдер (W. Schneider) та ін.. Іноземні дослідники, підкреслюючи важливе значення інформаційних агентств у сучасному світі, сходяться на думці, що сьогодні взагалі неможливо уявити собі мас-медіа без інформагентств. Агентства значною мірою визначають, які новини підуть у друк чи в ефір, а які ніколи не досягнуть свідомості більшості людей» [10, с. 96].

Серед праць українських учених окреме місце посідає доробок таких дослідників як В. Владимиров, В. Бебик, О. Децик, О. Зернецька, В. Здоровега, В. Іванов, С. Квіт, О. Коновець, Н. Костенко, О. Кузнецова, О. Мелешенко, В. Миронченко, І. Михайлин, А. Москаленко, Ю. Нестеряк, О. Пантелеймонов, В. Різун, М. Скуленко, В. Фоменко, А. Чічановський, В. Шкляр, дослідження яких охоплюють широке коло питань, пов'язаних із загальними тенденціями функціонування світового комунікаційного простору і місцем інформаційних агентств у цьому процесі.

Науковці виходять з того, що великі інформагентства нині відіграють провідну роль у функціонуванні глобальних інформаційно-комунікативних потоків. Так, О. Пантелеймонов вважає, що вивчення найбільш потужних акторів на світовому ринку збирання і поширення міжнародних новин позитивно вплине не подальшу політику України, спрямовану на збереження власної ідентичності в умовах глобалізації інформаційних потоків, а також сприятиме входженню країни в світовий інформаційний простір [7].

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Вивчення доробку науковців показало, що недостатньо дослідженими залишаються такі аспекти діяльності інформаційних агентств як збирання, опрацювання і поширення інформації для системного висвітлення міжнародної діяльності держави з метою реалізації державної інформаційної політики України у світі.

Метою статті є дослідження діяльності інформаційних агентств як потужного ретранслятора та поширювача інформації про діяльність держави у світовому контексті. Зростання глобальних інформаційних потоків та запитів світової спільноти, побудова й вдосконалення позитивного іміджу України вимагають ефективного залучення усіх інформаційних ресурсів структур, які професійно працюють у масових медіа-комунікаціях. Особливо важливою у цьому контексті є роль і місце в цих процесах такого засобу масової інформації як інформаційне агентство.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасні інформагентства виготовляють десятки інформаційних продуктів. Реагуючи на потреби ринку, агентства, окрім традиційної хроніки поточних подій, створюють структуровану тематичну

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

інформацію, довідково-аналітичні матеріали, розробляють та беруть участь в інформаційних кампаніях, організують промоакції, проводять низку ін. заходів. Інформагентства пропонують інформаційні продукти різноманітної тематики, періодичності й оформлення.

Діяльність інформаційних агентств різноманітна, в ній можна виділити багато аспектів: і організаційні, і соціальні, і творчі, і фінансово-економічні, комерційні, і роботу з аудиторією, і присутність в Інтернеті та ін.. До основних напрямів діяльності сучасних інформаційних агентств належать підготовка новин, анонсів подій, укладання календарів подій, організація прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, презентацій, онлайн-конференцій, складання прес-портретів, здійснення моніторингів ЗМІ, інформаційний супровід важливих подій, створення і використання баз даних.

Також агентства надають додаткові види інформаційних послуг, серед яких аналітичні дослідження, складання інформаційних досьє, біографічних довідок, послуги інформаційно-довідкових служб, видавничо-поліграфічних комплексів, надання відео, аудіо- та фотоматеріалів, інформаційне обслуговування на платній та спонсорській основі.

Для підвищення оперативності інформаційні агентства користуються всіма видами сучасного зв'язку, мають могутні комп'ютерні центри для збирання, підготовки, обробки і збереження інформації, яку безупинно постачають споживачам.

Сучасна система найбільших інформаційних світових агентств сформована агентствами т. зв. «Великої трійки»: це агентства «Reuters» (Ройтер, Великобританія), «Associated Press» (Асошіейтед Прес, США) та «Agence France Presse» (Франс Прес, Франція). Два ін. колишніх «великих» агентства вийшли з гри – американська «United Press International» (Юнайтед Пресс Інтернешнл) зникла, а радянська «ТАСС» перетворилося на російську «ІТАР», яка вже не відіграє тієї ролі [1, с. 84]. Серед найбільших інформагентств світу панує дуже жорстка конкуренція, йде постійна боротьба за ексклюзивну інформацію.

Натомість інформаційні агентства Китаю «Сінхуа», Японії «Кіодо Цусін» та Південної Кореї «Ренхап» на сьогоднішній день за показниками своєї діяльності претендують на входження до переліку світових інформаційних агентств.

Жодне з інформаційних агентств, що діють на українському інформаційному ринку, не може ще претендувати на звання світового, обмежуючись титулом національного чи регіонального [6].

Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» продукує більш як 300 новин за добу, ексклюзивні коментарі та інтерв'ю, фоторепортажі, інфографіку. «Укрінформ» має власну мережу регіональних і закордонних

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

корпунктів. Кореспонденти агентства працюють у кожному регіоні України та в таких країнах світу: Бельгії, Канаді, Молдові, Німеччині, Нідерландах, Польщі, Росії, США, Франції. Новини виходять українською, російською, англійською, німецькою, іспанською та китайською мовами. Агентство випускає десятки професійних інформаційних продуктів: стрічки, інформаційні пакети та вісники. Серед передплатників та партнерів «Укрінформу»: електронні та друковані ЗМІ, теле- і радіокомпанії України, медіа зарубіжних країн, владні та бізнес структури, посольства і консульства, підприємства, банки. «Укрінформ» має професійну фотослужбу та найбільший в Україні історичний фотоархів. Фотоколекція агентства налічує більше 500 000 знімків. Регіональні та закордонні фотокореспонденти щодня поповнюють колекцію десятками нових фоторепортажів важливих і цікавих подій.

Прес-центр «Укрінформу» забезпечує професійну підготовку та проведення прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, Інтернет-конференцій, відеомостів, презентацій, семінарів, виставок, комплексний медіа-супровід заходів. Серед постійних гостей прес-центру: перші особи держави, міністри України, відомі політики, закордонні дипломати, видатні спортсмени, артисти, письменники і науковці, релігійні та громадські діячі. «Укрінформ» – єдиний від України член Європейського альянсу інформаційних агентств, а також член Асоціації національних інформаційних агентств країн Причорномор'я [9].

У глобальних медіаімперіях технологія проходження інформації є двоярусною. Провідні медіаорганізації першого ярусу виступають у ролі оптових виробників телевізійних «картинок», звукових та текстових «доріжок». Медіапровайдери другого ярусу – великі телевізійні мережі та супутникові і кабельні канали новин виробляють з «інформаційної сировини» начебто власний інформаційний продукт.

Але дослідження О. Зернецької показали, що «як засвідчує практика роботи з матеріалами міжнародних агентств теленовин, новинні образи несуть у собі значення, які практично майже не змінюються під час редагування «на другому ярусі» [5, с. 171].

Відтак, підкреслює В. Бебик, можна констатувати, що інформаційна влада концентрується в руках невеликої кількості людей – власників медіаімперій, які можуть «не помічати» цілі континенти, регіони та країни, або висвітлювати події, що в них відбуваються, зі своєї «дзвіниці» [2, с. 87].

Нині найбільші інформаційні агентства світу відіграють провідну, а в деяких аспектах і виключну, роль у функціонуванні глобальних інформаційно-комунікаційних потоків. Науковці наводять відомості, що на долю агентств «Reuters», «Associated Press» та «Agence France Presse» припадає близько 80 % всіх новин, які щоденно поширюються світовими ЗМІ. Упродовж останніх років найбільші інформаційні агентства вдало трансформували свою

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

діяльність шляхом диверсифікації послуг та виходу на нові ринки, ефективно використовують досягнення інформаційних і комунікаційних технологій та виступають головними акторами на світовому ринку інформації та відомостей різного роду, зокрема міжнародних новин, інформації про стан справ на фінансових ринках тощо [7].

Прикметною характеристикою діяльності агентств стало створення низки мультимедійних продуктів, надання інформації в цифровому стандарті у різних форматах: графічної, текстової, аудіо- та відео-, яка, як правило, інтерактивна і надходить у режимі реального часу. Разом з тим, як більшість медіа пропонують аудиторії певний тип інформації (наприклад, текст, відео), інформаційні агентства забезпечують своїх клієнтів мультимедійним контентом. Присутність інформаційних агентств в Інтернеті дозволило їм перетворитися на структури, що динамічно розвиваються, миттєво відгукуються на технологічні новинки, займають домінуючі позиції на ринку надання інформації.

Агентства постійно розширюють технологічні можливості власних Інтернет-ресурсів, розвивають додаткові сервіси, способи і швидкість надання інформації. З огляду на той факт, що Інтернет стає все більш значимим джерелом інформації для широкої аудиторії, використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та досягнень підвищує успішність та конкурентоспроможність інформаційних агентств, дозволяє розширювати спектр інформаційних послуг.

Потужні іноземні агентства мають розгалужену світову мережу власних філій і великі можливості для формування громадської думки не тільки про власну державу, але й про події в ін. Образно кажучи, на події у світі ми дивимося очима «Reuters» та «Associated Press».

Нині, однак, з упевненістю можна стверджувати, що інформаційна картина з залученням світовими інформагентствами подій в Україні відчутно змінилася на користь нашої держави, однак це, без сумніву, пов'язано, насамперед, з вкрай масштабними політичними та військовими подіями, що відбуваються в Україні останнім часом та мають значний міжнародний резонанс.

Однак, незважаючи на події економічного і політичного життя України, зацікавленість найбільших інформаційних агентств в українських новинах є порівняно невеликою, що підтверджує загальну тенденцію щодо інтенсивності і спрямованості інформаційних потоків між країнами «центру» та «периферії» [7]. Налагодження партнерських відносин зі світовими інформаційними агентствами з метою формування позитивного іміджу України та створення сприятливих правових та економічних умов для інтеграції вітчизняних інформаційних агентств до світового інформаційного простору повинно стати одним із основних завдань інформаційної політики України [6]. Слабкість національного

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

інформаційного простору і відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері призводять до формування негативного іміджу України у світі.

Більш того, нині в Україні вже склалися умови для покращення співпраці українських і світових інформаційних агентств. Серед позитивних факторів можна зробити наголос на збільшенні кількості недержавних інформаційних агентств і утворенні системи інформаційних агентств України. Також Україна зробила важливі кроки на шляху до створення адекватної правової бази для забезпечення поточної діяльності інформагентств. Позитивними факторами також можна вважати роботу українських агентств в мережі Інтернет і вдалу диверсифікацію їхніх інформаційних послуг.

На жаль, український інформаційний простір нині характеризується і низкою негативних факторів, які справляють помітний вплив на діяльність агентств в Україні. Серед негативних факторів відзначається слабкість національного інформаційного простору і відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері [7].

Тут варто наголосити також на тому аспекті, що сьогодні в умовах глобалізації інформаційних потоків і швидкого розповсюдження нових інформаційних технологій Україна повинна адекватно реагувати і пристосовуватися до подібної трансформації суспільного життя, зміцнювати співпрацю з потужними акторами на світовому ринкові збору і поширення міжнародних новин, що позитивно вплине на подальшу політику України, спрямовану на збереження власної ідентичності та успішного входження країни в світовий інформаційний простір.

Україна потребує значно більшої присутності у світовому медіапросторі. Сьогоднішня геополітична ситуація визначає необхідність у створенні ефективного механізму об'єктивного інформування світової спільноти про актуальні події в Україні. Нинішній стан справ вимагає від держави створення ефективної системи поширення інформації за кордон. Для цього у 2015 р. в нашій країні створено національну систему іномовлення.

Тепер Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» разом із державним підприємством «Мультимедійна платформа іномовлення України» (телеканал UA/TV) складають систему державного іномовлення України, яка запрацювала в нашій країні. UA/TV – абсолютно новий проект, натомість «Укрінформ» лише піддали ребрендингу (запущено оновлений сайт агентства зі зміненим дизайном і новим логотипом).

Згідно з Законом України «Про систему іномовлення України», державне іномовлення України спрямоване на інформування про події в Україні, що здійснюється у формі інформаційних повідомлень, новин, програм (передач). Основними завданнями державного іномовлення України є об'єктивне, повне,

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

своєчасне і неупереджене, всебічне і збалансоване інформування про суспільно значущі події в Україні, офіційну внутрішню і зовнішню політику та позицію держави, забезпечення платформи для дискусій стосовно офіційної позиції органів державної влади та органів місцевого самоврядування з важливих питань політики, культури, спорту, освіти, науки та економіки, обміну ідеями між різними культурами і народами світу; забезпечення збалансованого і прозорого доступу суб'єктів суспільно-політичного, культурного та економічного життя до програм (передач) дискусійного формату, зокрема у формі дебатів; забезпечення достатнього, всебічного інформаційного супроводу процесу інтеграції України до Європейського Союзу та євроатлантичних структур колективної безпеки; популяризація української культури, сприяння розвитку мов і культур національних меншин; сприяння задоволенню інформаційних, культурних та освітніх потреб іноземної аудиторії, у т. ч. шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та молоді, людей з обмеженими фізичними можливостями, ін. соціальних груп; сприяння консолідації українського та іноземного суспільства; сприяння зміцненню міжнародного авторитету України та підвищенню інвестиційної привабливості [5].

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок у зазначеному напрямку. Україна прагне ефективно доносити правдиву інформацію про себе та свою позицію закордон, тому потребує залучення усіх можливих медіаресурсів, важливим з яких є функціонування інформаційних агентств. Створення та ефективне використання української платформи іномовлення, невід'ємною складовою якої є інформаційне агентство «Укрінформ», є джерелом об'єктивної інформації про події та явища, що відбуваються в Україні, справою міжнародного іміджу України як незалежної та проєвропейської держави, запорукою у просуванні та захисті національних інтересів і демократичних змін у нашій країні. За таких умов функціонування української платформи іномовлення як механізму об'єктивного та привабливого представлення України у світі створить українським агентствам, насамперед, «Укрінформу», можливість збільшити свою міжнародну впливовість і зменшити залежність від агентств «Великої трійки» щодо поширення міжнародних новин, відчутно вплинути на покращення іміджу України у світі. Посилення інформаційної присутності українських інформантів допоможе прискорити входження України до світового інформаційного простору, сформуванню у світовій аудиторії об'єктивне уявлення про події в Україні.

Для подальших досліджень у цій царині варто обрати такі аспекти діяльності інформаційних агентств: порівняльні особливості інформаційного

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

забезпечення агентствами державної інформаційної політики та міжнародної діяльності в Україні та закордоном, сучасний стан розвитку агенційної журналістики України та її перспективи, конкуренція агентств з ін. медіа на світових інформаційних ринках; діяльність інформагентств у мережі Інтернет та використання сучасних інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Аньєс І. Підручник із журналістики / Ів Аньєс ; пер. з фр. А. Андрусак. – Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська Академія», 2013. – 544 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія / В. М. Бебик. – Київ: МАУП, 2005. – 440 с.
3. Децик О. С. Інформаційне висвітлення діяльності органів влади як предмет наукових досліджень [Електронний ресурс] / О. С. Децик // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2013. – № 8. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=609>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 15.01.2017.
4. Гарматій О. В. Агенційна журналістика / Ольга Гарматій. – Львів: Сполом, 2015. – 176 с.
5. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – Київ: Освіта, 1999. – 350 с.
6. Нестеряк Ю. В. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) [Електронний ресурс]: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.01.08 «Журналістика» / Нестеряк Ю. В. – Київ: Ін-т журн. КНУ ім. Т. Шевченка, 2005. – Режим доступу: <http://disser.com.ua/content/242976.html/>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 15.01.2017.
7. Пантелеймонов О. Є. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору [Електронний ресурс]: автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Пантелеймонов О. Є. – Київ: Ін-т міжнар. відносин КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2003/03poeqkr.zip>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 19.01.2017.
8. Про систему іномовлення України [Електронний ресурс]: Закон України від 08.12.2015 № 856-VIII. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/856-19>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 19.01.2017.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ

9. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» [Електронний ресурс]: офіц. сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrinform.ua>. – Назва з екрану. – Дата звернення: 22.01.2017.

10. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та он-лайн журналістики / Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе ; пер. з нім. В. Климченко ; за заг. ред. В. Іванова. – Київ: Центр Вільної преси: Акад. Укр. Преси, 2014. – 358 с.

References:

1. Anies, I. (2013). *Handbook on journalism*. Translated from French by A. Andrusiak. Kyiv: Kyiv Mohyla Academy Publishing house.

2. Bebyk, V.M. (2005). *Information and Communication Management in a Global Society: Psychology, Technology, Public Relations Techniques*: Monography. Kyiv: MAUP.

3. Detsyk, O.S. (2013). Information coverage of the authority's activity as a subject of scientific research. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok [Public Administration: Improvement and Development]*, no. 8 [online] Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=609>. [Accessed 15 January 2017]. Title from the screen.

4. Harmatii, O.V. (2015). *Agency journalism*. Lviv: Spalom.

5. Zernetska, O.V. (1999). *Global development of mass communication systems and international relations*. Kyiv: Osvita.

6. Nesteriak, Yu.V. (2005). *Information, technological and creative potential of agency journalism (domestic and world experience)*. D.Ed. Taras Shevchenko Kyiv National University. [online] Available at: <http://disser.com.ua/content/242976.html/>. [Accessed 15 January 2017]. Title from the screen.

7. Panteleimonov, O.Ye. (2002). *The world's news agencies activities in the context of the global communications space formation*. D.Ed. Taras Shevchenko Kyiv National University. [online] Available at: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2003/03pogekp.zip>. [Accessed 19 January 2017]. Title from the screen.

8. On the international broadcasting system of Ukraine. Law of Ukraine (2015, December 8), № 856-VIII [online] Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/856-19>. [Accessed 19 January 2017]. Title from the screen.

9. Ukrinform – Ukrainian national information agency: official site. [online] Available at: <http://www.ukrinform.ua>. [Accessed 22 January 2017]. Title from the screen.

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ**

10. Shnaider, V. (2014). *A New Guide to Journalism and On-Line Journalism*. V. Ivanova, ed. Translated from German by V. Klymchenko. Kyiv: Tsentr Vilnoi presy, Akademiia Ukrainskoi Presy.

© Гарматій О. В., 2018