**Тема 1.** Інформаційні агенції: визначення, історія становлення

**План**

1. Інформаційне агентство. Загальна характеристика.
2. Провідні загальнонаціональні агентства України.
3. «Укрінформ». Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг.
4. Інформаційне агентство «УНІАН». Специфіка роботи та головні напрямки інформаційної діяльності.
5. Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна». Історія й сьогодення у наданні інформаційних послуг.

🖉**Основні поняття**

**Інтернет-портал**– сайт, що надає користувачеві Інтернету різні інтерактивні сервіси (Інтернет-сервіси), які працюють у рамках єдиного сайту.

**Інформаційне висвітлення** *–* забезпечення інформацією громадськості, формування позитивного іміджу організації чи фірми.

**Інформаційна діяльність –** сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, держави.

**Інформаційні агентства** – спеціалізовані інформаційні підприємства (організації, служби, центри), які обслуговують ЗМІ.

**Кореспонденція** *–* жанр, у якому на обмеженому конкретному життєвому матеріалі розглядається певна тема, ставиться проблема та пропонується її розв’язання.

**Моніторинг** – відслідковування всіх матеріалів (статей, відеоповідомлень, радіопрограм) у ЗМІ.

**Прес-дайджест** – це скорочений передрук головних публікацій із різних газет та журналів за певний період часу (тиждень, місяць).

**✍виконайте практичне завдання**

* 1. Підготуйте п’ять визначень поняття «інформаційна агенція» із різних джерел та довідкової літератури у тому числі із Закону України «Про інформаційне агентства».
	2. Здійсніть опис спільного веб-ресурс Асоціації національних інформаційних агентств країн Причорномор’я, до складу якого з 2006 р. входить «Укрінформ».
	3. Ознайомтеся із сайтами п’яти головних загальнонаціональних агентств («Укрінформ», УНІАН, «Інтерфакс-Україна», «Українські новини», «Українські національні новини») та здійсніть моніторинг публікацій за одну добу на цих ресурсах.

**☝зверніть увагу** Зазначте день, кількість повідомлень, їх обсяг, наявніть фото чи відео (мультимедійних компонентів), власні новини чи репост, тематика та проблематика, наявність доповнення новини про подію упродовж дня тощо.

* 1. Оберіть одну-дві регіональних, субрегіональних інформаційних агенцій та здійсніть аналіз її діяльності.

**☝зверніть увагу** Необхідно зазначити час створення, його передумови, головні напрями діяльності (рубрикація), частота розміщення новин, наявність спецпроектів, обсяги, жанрова реалізація публікацій на сайті, дизайн інтерфейсу сайту та візуальні (аудіо) компоненти (подкасти). Наявність мультимедійності.

**Методичні рекомендації до самостійної роботи**

Для успішної підготовки до практичного заняття необхідно підготувати конспект за рекомендованою літературою, згадати лекційний матеріал, виконати практичне завдання та здійснити перевірку засвоєного матеріалу, відповівши на питання для самоконтролю.

**📚теоретичні відомості**

Сучасний розвиток світового комунікаційного простору характеризується кардинальними змінами у відносинах між учасниками світових інформаційних потоків та співвідношенні сил на глобальних інформаційних ринках. Провідна роль у створенні, розміщенні й розповсюджені інформації належить агенціям.

Поява таких інформаційних служб датується першою половиною XIX ст. Більшість науковців одностайні в тому, що саме інформаційні агентства сприяли глобалізаційним процесам у світі, не зважаючи ні на відстань та час, ні на суспільно-політичну ситуацію та економічний стан. Саме «конвеєрний» формат діяльності агенцій змінив статус інформації із соціокультурного у ринковий, зробивши її товаром.

Основна їх функція – забезпечувати оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною інформацією редакції газет, журналів, телебачення, радіо, а також інші заклади, організації, приватних осіб, які є передплатниками їхньої продукції.

**🗝запам’ятайте Інформаційні випуски агентств відрізняються** *тематикою* (власне новинні і спеціальні – політична стрічка, економічна, спортивна, міжнародна і т. д.), *об’ємом* (вимірюється кількістю повідомлень чи сторінок, зараз часто у кілобайтах), *періодичністю* (безперервно поступаючи повідомлення, кількістю випусків на день, тиждень, місяць), *способом передачі* (електронними телекомунікаційними каналами, супутниковим зв’язком, електронними мережами, а також по телеграфу, телефону, поштою, соціальними мережами), *формою* (у електронному чи надрукованому вигляді: бюлетені, вісники, підготовлені для ефіру повідомлення, мультимедійна продукція тощо), *спрямуванням на окремі групи користувачів* (на загальнонаціональні та регіональні ЗМІ, електронну пресу, органи влади, заклади, комерційні та громадські організації тощо).

Кількість і характер інформаційних продуктів, які продукують агентства, весь час змінюється у залежності від попиту користувачів. Його вивченням та визначенням основних напрямків, пріоритетів інформаційної політики займаються експертно-аналітичні служби інформаційних агенцій.

Успішна робота таких агентств перш за все залежить від використання сучасних засобів комунікації. Без комп’ютерних мереж, супутникового зв’язку неможливо досягнути відповідного рівня оперативності, а відповідно, бути конкурентноспроможним. Великі інформаційні агентства мають можливість вести роботу у режимі реального часу: повідомлення про вкрай важливі події поступають адресату майже через декілька хвилин після того, як вони відбулися.

Попит на інформацію привів до помітного збільшення серед загального потоку інформації новин економічного характеру. Створено і активно розвиваються спеціалізовані агентства ділової інформації.

## Сучасні агентства, окрім хроніки поточних подій (стрічки новин) й анонсів, готують передплатникам і довідково-аналітичний матеріал, спеціалізовану інформацію; проводять прес-конференції, роблять заяви, організовують акції тощо. У структуру агентств часто входять, окрім особливих спеціалізованих підрозділів, теле- та радіокомпанії, редакції газет та журналів й інтернет-видань, рекламні компанії, піар-служби (PR), видавничо-поліграфічні структури. Впливові та великі агентства пропонують передплату на десятки і сотні інформаційних продуктів різного змісту, періодичності та форми.

В Україні є значна кількість агентств, усі вони посідають своє місце в інформаційному просторі країни. Статус загальнонаціональних мають «Укрінформ», «УНІАН», «Інтерфакс-Україна», «Українські новини», «Українські національні новини».

Історія *Українського**національного інформаційного агентства* («Укрінформ» – https://www.ukrinform.ua/) розпочинається з УТА (Українського телеграфного агенства, 16.03.1918р.). Далі мало назви такі: УкТА (Українське телеграфне агентство, 12.1918р.), БУПу (Бюро української преси, 02.1919р), УкРОСТА (скорочення «Ук» за зразком Петербурзького телеграфного агентства – Російського телеграфного агентства, 06.1920р.), РАТАУ (Радіо-телеграфного агентства України, 21.04.1921р.), Укрінформ (агентство при Раді Міністрів УРСР, 05.1990р.), ДІНАУ-Укрінформ (07.1996-2000р.р.). Від 2000р. назва «Укрінформу» не змінювалася.

Саме 21.09.2000р. «Укрінформу» присвоєно статус національного. За свою славетну, вже понад 100-річну історію розвитку агентство пройшло успішний шлях від невеликої інформаційної служби у м. Харків, що складалася з кількох кореспондентів, до потужного інформагентства у м. Києві, широко відомого в Україні і за кордоном.

«Укрінформ» – єдиний від України член Європейського Альянсу інформаційних агентств, членом якого воно стало 1995р.

На сьогодні «Укрінформ» пропонує свої продукти не тільки державною, а й анлійською, французькою, німецькою, китайською, арабською, польською та російською мовами.

У режимі вільного доступу на офіційному сайті агенції «Укрінформ-новини» можна не лише слідкувати за актуальними й оперативними повідомленнями, а й коментувати їх через соціальні мережі:

*Facebook*: https://www.facebook.com/UATVchannel;

*YouTube*: https://www.youtube.com/channel/UCt3igz3aIXfS108KV\_jZsMA;

*Twitter*: https://twitter.com/UATV\_ua тощо.

Входячи з 2006 р. до складу членів «ПАНІА» – Асоціації національних інформаційних агентств країн Причорномор’я – «Укрінформ» об’єктивно висвітлює всі сфери їх життя, а також стан справ у галузі міжнародного інформаційного обміну, інформаційних і телекомунікаційних технологій, обговорення актуальних проблем та тенденцій, характерних для інформаційного ринку України й світу в цілому. «Укрінформ» має сучасну потужну електронну систему для оперативної передачі матеріалів у будь-який регіон України, країни СНД і далекого зарубіжжя через комп’ютерну мережу Інтернет.