Лекція 2

**РІЗНОВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНЦІЙ**

![Описание: Описание: check-mark[1]]()***Мета:*** *формування уявлення про різновиди інформаційних агенцій та правові засади функціонування сучасних інформаційних агенцій в Україні.*

***План***

1. Різновиди інформаційних агенцій.
2. Правові засади функціонуванні інформаційних агенцій різних видів.

*🖉****Основні терміни і поняття***

*Інформація, інформаційна агенція, форма функціонування, сфера діяльності, форма власності, тематика, періодичність*

**📚 ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ**

**1. Різновиди інформаційних агенцій**

Існують різні види інформаційних агенцій в Україні та світі. Так В. Сапунов пропонує класифікувати інформаційні агентства за двома категоріями: масштабом зони впливу та організаційною формою.

1. Масштаб зони впливу:

* локальні,
* національні,
* «кластерні» або регіональні (їх діяльність, в основному, обмежується деяким географічним регіоном, що включає в себе кілька країн, які складають серцевину «кластера»),
* наднаціональні регіональні,
* світові інформаційні агентства.

Основні причини появи «кластерних» агентств є такі:

* культурні (агентство ДПА є регіональним, в основному, за рахунок роботи на німецькомовних територіях),
* історичні (зона впливу агентства ЕФЕ – іспаномовні території колишньої Іспанської імперії),
* політичні (домінування Китаю і Японії в Тихоокеанському регіоні Азії ),
* географічні (Австраліан Ассошіейтед прес).
1. Організаційна форма:
* державні, державні за участю приватного капіталу,
* приватні,
* кооперативні об'єднання преси,
* корпоративні об’єднання ЗМІ у вигляді закритих акціонерних товариств,
* відкриті акціонерні товариства.

Невелика кількість великих приватних агентств пояснюється їх неприбутковістю, яка випливає з їх статусу – постачальника оперативної інформації і організації «порядку денного» ЗМІ. Тобто інформаційні агенції фактично виконують функції «біржі» в журналістській сфері і створюються не для прибутку, а для оптимізації медіасистеми. Прибуток отримують лише фінансові агенції, ті, чия діяльність спрямована на обслуговування бізнесу, особливо спекулятивного сектора, а також локальні агентства, чия діяльність не вимагає значних витрат.

Кількість державних агентств у світі становить близько двох третин від загального числа. В Європі найпопулярнішими організаційними формами є кооперативи, корпорації і державні агентства з участю приватного капіталу.

Відповідно до Законів України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та «Про інформаційні агентства» на інформаційні агенції одночасно поширюються статус редакції, видавця, розповсюджувача і правовий режим засоби масової інформації.

Інформаційні агентства охоплюють досить великий спектр послуг зі збирання, створення, надання та обробки інформації. Види і сфера послуг, що пропонуються найчастіше визначаються розмірами агентства (кількість кореспондентів, редакцій, представництв) та політикою керівництва. Зазвичай агентство складається з мережі редакцій і кореспондентів по країні і за кордоном. Редакції працюють як незалежно, надаючи свої послуги на місцях, так і під керівництвом головної редакції, де збирається інформація для більш широкого кола споживачів. Інформація поширюється як за допомогою власних структур (сайт, періодичні видання, телевізійний канал тощо), так і за допомогою партнерів. У структуру агентства можуть входити пресцентри, фото- й телестудії, архіви, відділи по створенню веб- та аудіовізуальної продукції, аналітичні відділи, PR-відділи тощо, послугами яких також можуть користуватися клієнти інформаційної агенції.

Існує й інша класифікація різновидів інформаційних агенцій, зокрема:

* за формою функціонування (Інтернет, мережеві);
* за сферою діяльності (універсальні (загального профілю), багатопрофільні, спеціалізовані, тематичні);
* за формою власності (державні, недержавні (приватні, незалежні);
* за масштабом діяльності (міжнародні, національні, регіональні).

Інформаційні продукти, що створюються агенціями, в свою чергу, класифікують за такими критеріями:

* за тематикою (новинні і спеціальні – політична стрічка, економічна, спортивна, міжнародна),
* за об’ємом (кількість повідомлень, сторінок, кілобайтів),
* за періодичністю (безперервно поступаючі повідомлення, кількість випусків на день, тиждень, місяць),
* за способом передачі (електронні телекомунікаційні канали, супутниковий зв’язок, електронні мережі, телеграф, телефон, пошта),
* за формою (електронний чи надрукований вигляд: бюлетені, вісники, підготовлені для ефіру повідомлення, мультимедійна продукція),
* спрямуванням на окремі групи користувачів (загальнонаціональні та регіональні ЗМІ, електронна преса, органи влади, заклади, комерційні організації).
1. **Правові засади функціонуванні інформаційних агенцій різних видів**

Аналіз інформаційного законодавства країн Європи та США, проведений українськими дослідниками, засвідчує, що діяльність інформаційних агенцій, як й інших засобів масової інформації, не регламентується спеціальними законами. Найчастіше у законодавчому порядку забезпечуються свобода слова та преси.

Традиція ухвалювання спеціальних законів, призначених регулювати діяльність окремих видів засобів масової інформації, притаманна країнам пострадянського простору, в тому числі й Україні.

Україна однією із перших на теренах пострадянських держав почала формувати власне інформаційне законодавство. У 1992 р., через рік після проголошення незалежності, були ухвалені Закони України «Про інформацію» та «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Наприкінці 1993 р. набув чинності Закон України «Про телебачення та радіомовлення», а на початку 1995 р. – від часу набуття чинності Законом України «Про інформаційні агентства» – була законодавчо врегульована і діяльність інформаційних агентств. Характерно, що ці правові акти ухвалювалися у хронологічному порядку, що відповідає світовим тенденціям розвитку масмедіа: преса – радіо та телебачення – інформаційні агентства.

Отже, сьогодні правовідносини в інформаційній сфері, правові засади функціонування засобів масової інформації регулюються низкою законів, що становлять практично завершену систему, на верхівці якої – Конституція України.

Чинне законодавство України про інформаційні агентства доповнюють також Закони України «Про авторське право і суміжні права», «Про державну таємницю», міжнародні договори в галузі свободи слова та інформації, ратифіковані Україною. Декларовані Українською державою принципи забезпечення дотримання демократичних стандартів у діяльності ЗМІ ґрунтуються на світовому досвіді та міжнародних актах. Так, у Загальній декларації прав людини Генеральної Асамблеї Організації Об’єднаних Націй від 10 грудня 1948 р. принципу свободи вираження поглядів було надано найвищого правового статусу. У статті 19 закріплено таке положення: «Кожна людина має право на свободу переконань і вільне їх вираження; це право передбачає свободу безперешкодно дотримуватися власних переконань і свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів.

Водночас, як зазначає Д. Андрєєв, система чинного українського законодавства в галузі масової інформації потребує вдосконалення. Очевидною є проблема правовідносин, пов’язаних, зокрема, з розвитком новітніх засобів масової комунікації та глобального інформаційної простору загалом. Закони України встановили правові основи для діяльності традиційних засобів масової інформації, але вони часто виявляються неспроможними врегульовувати питання, пов’язані з розвитком як конвергованих масмедіа, так і сучасних суспільно-інформаційних відносин.

У системі соціально-правових комунікацій нагальною є проблема правового забезпечення функціонування інтернет-ресурсів, які де-факто виконують функції засобів масової комунікації, але де-юре численні аспекти їхньої діяльності залишаються законодавчо неврегульованими. Очевидно також, що специфіка та характер діяльності інтернет-видань (надання інформаційних послуг) є близькими до діяльності інформагентств, для яких обов’язковою є державна реєстрація.

Вочевидь, головною проблемою функціонування інформаційних агенцій є їхнє небажання здійснювати державну реєстрацію як засобів масової інформації (мережа Інтернет це дозволяє), з одного боку, та залежність від економічних або політичних уподобань власника – з іншого. Саме останній чинник визначає редакційну політику більшості інформаційних Інтернет-ресурсів. Окрім того, відсутність державної реєстрації дає можливість і окремим журналістам, і редакційним колективам уникати відповідальності за поширення неправдивої інформації.

Слід зазначити, що цю прогалину досить вдало використовує значна частина інформаційних агентств. Передруковуючи відверту дезінформацію з незареєстрованого Інтернет-ресурсу, вони, навіть свідомо поширюючи неправду, уникають відповідальності. Джерело походження недостовірної інформації – найчастіше це сайт, створений на два-три дні, – зникає з мережі Інтернет, тому встановити його власника досить проблемно. Взагалі для проведення широкої кампанії з дискредитації (особи, партії, інституту влади) можуть застосовуватися до 10 сайтів-«одноденок», які реалізатори «брудних» інформаційних технологій між собою називають «транзитними». Притягнути до відповідальності чи вплинути якимось чином на офіційно зареєстровані вебсайти, які стали трансляторами дезінформації, практично неможливо.

Отже, інформаційне законодавство України потребує вдосконалення. Існує потреба детального й прискіпливого аналізу становища інформаційних агентств у правовому полі держави з подальшим внесенням змін до вже існуючих законів, які забезпечували б надійне і стабільне існування інформаційних агентств в інформаційному полі держави та створювали умови для їх успішної інтеграції у світовий інформаційний простір.

Спеціальним законом, покликаним регулювати діяльність інформаційних агентств у нашій державі, є Закони України «Про інформаційні агентства» та «Про внесення змін до Закону України "Про інформаційні агентства"» (2004 р.) закріплюють правові основи діяльності інформаційних агентств в Україні та їхньої міжнародної співпраці.

Інформаційними агентствами згідно з основним Законом є зареєстровані як юридичні особи суб’єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг.

Під представництвом інформаційного агентства в Україні слід розуміти зареєстровану в нашій державі відповідно до чинного законодавства як суб’єкт інформаційної діяльності будь-яку установу (бюро, представництво, корпункт тощо), що представляє в Україні державне або недержавне інформаційне агентство, зареєстроване як юридична особа згідно з чинним законодавством відповідної країни, і яке здійснює свою діяльність в Україні у сфері інформації відповідно до українського законодавства.

Конституцією та чинними законами України гарантується свобода діяльності інформагентств та забороняється цензура інформації, поширюваної інформаційними агентствами.

Водночас, інформаційні агентства не мають права у своїх матеріалах розголошувати дані, що становлять державну таємницю, або іншу інформацію, яка охороняється законодавством, закликати до насильницької зміни або повалення існуючого конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, підриву її безпеки, вести пропаганду війни, насильства і жорстокості, розпалювати расову, національну, релігійну ворожнечу, розповсюджувати порнографію або іншу інформацію, яка підриває суспільну мораль або підбурює до правопорушень, принижує честь і гідність людини, а також інформацію, яка ущемляє законні права й інтереси громадян, давати оцінку щодо винуватості осіб у вчиненні кримінального правопорушення, вказувати на особу, яка ніби вчинила кримінальне правопорушення до рішення суду, публікувати матеріали, які розкривають тактику і методику досудового розслідування.

Закон України «Про інформаційні агентства» вказує, що інформагентства поширюють свою продукцію державною мовою, російською, іншими регіональними мовами або мовами меншин, а також іншими мовами, дотримуючись загальновизнаних етично-моральних норм слововживання.

Законодавчо визнано, що діяльністю інформаційних агентств є збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції. Випуск та розповсюдження інформаційними агентствами власної продукції з метою отримання прибутку є підприємницькою діяльністю і здійснюється на основі чинного законодавства.

Інформаційне агентство може виступати як засновник (співзасновник) інших засобів масової інформації, бути автором або власником інформації, видавцем (виробником) інформаційної продукції, розповсюджувачем і споживачем інформаційної продукції.

Інформаційне агентство набуває статусу юридичної особи з моменту його державної реєстрації в порядку, встановленому чинним законодавством України.

Інформаційне агентство діє на підставі свого статуту (положення), яким визначаються його мета та завдання, функції та порядок діяльності. Статут (положення) інформаційного агентства затверджується засновником (співзасновниками) відповідно до чинного законодавства України. У статуті (положенні) зазначаються відомості про інформагентство, передбачені Законом «Про інформаційні агентства» (стаття 13), а також положення, встановлені актами законодавства України щодо установчих документів суб’єктів підприємництва.

У статті 8 Закону України «Про інформаційні агентства» визначено основні види інформаційних агентств, які функціонують у нашій державі. Так, основними видами інформаційних агентств вважаються державні та недержавні інформаційні агентства України, а також іноземні інформаційні агентства, які діють в Україні через свої представництва.

Відповідно до чинного українського законодавства право на *заснування інформаційного агентства* в Україні належить громадянам та юридичним особам України. Іноземці та іноземні юридичні особи мають право бути співзасновниками інформаційних агентств України.

Забороняється створення і діяльність інформаційних агентств, у статутному фонді яких сукупна частка, що належить іноземцям та/або іноземним юридичним особам, становить більше, ніж 35 відсотків.

Закон України «Про інформаційні агентства» також визначає порядок та принципи *державної реєстрації* інформаційних агентств. Державній реєстрації підлягають усі інформаційні агентства та представництва іноземних інформаційних агентств, що засновуються або діють в Україні.

Державна реєстрація інформаційних агентств в Україні як суб’єктів інформаційної діяльності проводиться на підставі письмової заяви засновника (співзасновників) до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державної реєстрації інформаційних агентств як суб’єктів інформаційної діяльності. Державна реєстрація інформаційних агентств в Україні як суб’єктів господарювання проводиться в порядку, встановленому законом для державної реєстрації юридичних осіб.

Чинним законодавством України встановлено порядок державної реєстрації іноземних інвестицій в інформаційні агентства, а також порядок державної реєстрації представництв іноземних інформаційних агентств в Україні.

Закон зазначає, що для здійснення державної реєстрації інформаційного агентства слід подати відповідну заяву, у якій повинні бути зазначені:

1) засновник (співзасновники), включаючи: прізвище, ім’я, по батькові та необхідні дані паспорта громадянина України (для фізичних осіб); повне найменування (для юридичної особи); місцезнаходження, номери засобів зв’язку та банківських рахунків;

2) повне найменування та назва інформаційного агентства;

3) вид інформаційного агентства та його організаційно-правова форма, ідентифікаційний код Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України;

4) передбачувана сфера розповсюдження інформаційної продукції (місцева, регіональна, національна, національна та зарубіжна, зарубіжна);

5) мови, якими буде розповсюджуватися інформаційна продукція;

6) програмна мета та основні напрямки діяльності інформаційного агентства;

7) джерела фінансового та матеріально-технічного забезпечення діяльності інформаційного агентства;

8) місцезнаходження інформаційного агентства.

Вимога подання інших відомостей та документів забороняється.

Законом «Про інформаційні агентства» передбачено умови, за яких можлива відмова в державній реєстрації інформаційного агентства, а також з’ясовано порядок її оскарження. Так, у державній реєстрації інформаційного агентства може бути відмовлено у таких випадках:

1) назва інформаційного агентства, його програмна мета, основні цілі та напрями діяльності суперечать українському законодавству;

2) уже зареєстровано інше інформаційне агентство з такою самою назвою;

3 заяву подано до закінчення року з дня набрання законної сили рішенням суду про припинення діяльності цього інформаційного агентства.

Реєструючий орган зобов’язаний надіслати письмове повідомлення про відмову в державній реєстрації протягом семи днів з дня одержання заяви про державну реєстрацію інформаційного агентства від засновника (співзасновників), в якому обов’язково мають бути зазначені підстави відмови.

Порушення встановленого законом порядку державної реєстрації (перереєстрації), або відмова в державній реєстрації (перереєстрації) оскаржується в суді.

За проведення державної реєстрації (перереєстрації) інформаційного агентства справляється реєстраційний збір, порядок сплати та розміри якого визначаються Кабінетом Міністрів України. За проведення перереєстрації інформаційного агентства реєстраційний збір справляється у половинному розмірі. Реєстраційний збір за перереєстрацію не справляється, якщо вона пов’язана із зміною чинного законодавства України.

Реєструючий орган у визначений термін видає засновнику (співзасновникам) або їх представнику відповідні свідоцтва про державну реєстрацію інформаційного агентства як суб’єкта інформаційної діяльності.

*Перереєстрація* інформаційного агентства проводиться у випадку зміни:

1) назви інформагентства;

2) сфери розповсюдження інформаційної продукції;

3) засновника (складу співзасновників);

4) основних положень статутних документів.

На підставі перереєстрації інформаційного агентства його засновнику (співзасновникам) видається нове свідоцтво про державну реєстрацію як суб’єкта інформаційної діяльності встановленого зразка.

*Припинення діяльності інформаційного агентства* можливе у разі його реорганізації (злиття, приєднання, поділу, виділення, перетворення) або ліквідації:

1) з ініціативи засновника (співзасновників);

2) на підставі рішення суду.

У випадку реорганізації інформаційного агентства в інше інформаційне агентство його засновник (співзасновники) повинен зареєструвати новостворене агентство в порядку, встановленому законом.

Інформаційне агентство вважається таким, що припинило свою діяльність, з моменту виключення його з державного реєстру.

Суб’єктами діяльності інформаційних агентств є: засновник (співзасновники) інформаційного агентства; його керівник (директор, генеральний директор, президент та ін.); трудовий колектив; творчий колектив; журналіст інформаційного агентства; спеціаліст у галузі засобів комунікації; автор або власник інформації; видавець (виробник) продукції інформаційного агентства; розповсюджувач продукції інформаційного агентства; споживач продукції інформаційного агентства.

*Керівник (директор, генеральний директор, президент* та ін.) інформаційного агентства є першою особою, яка безпосередньо керує всіма підрозділами інформаційного агентства, відповідає за результати його роботи, підписує фінансові документи і виконує іншу роботу згідно з наданими йому засновником (співзасновниками) інформаційного агентства повноваженнями. Керівник діє від імені інформаційного агентства в межах, визначених законодавчими актами України та установчими документами агентства. Він обирається (призначається) на посаду і звільняється з посади в порядку, встановленому засновником (співзасновниками) в установчих документах інформаційного агентства відповідно до чинного законодавства України про працю (Кодекс законів про працю в Україні). Керівника (директора, генерального директора, президента та ін.), якого обрав на посаду трудовий колектив інформагентства, не може бути звільнено без згоди трудового колективу.

*Журналіст інформаційного агентства* – це творчий працівник, який збирає, одержує, створює та готує інформацію для інформаційного агентства і діє від його імені на підставі трудових чи інших договірних відносин з ним або за його уповноваженням. Належність журналіста до інформаційного агентства підтверджується службовим посвідченням цього агентства чи іншим документом, виданим йому цим агентством. Журналіст інформаційного агентства має права та виконує обов’язки, визначені українським законодавством про пресу, телебачення і радіомовлення. Акредитація журналіста інформаційного агентства при державних органах та органах управління об’єднань громадян проводиться на підставах і в порядку, встановлених чинним законодавством України.

*Спеціаліст у галузі засобів комунікації* – це працівник інформаційного агентства, який на професійних засадах здійснює розповсюдження інформаційної продукції через засоби комунікації та несе відповідальність за використання цих засобів виключно на підставі чинного законодавства України.

*Видавцем (виробником) продукції* інформагентства може бути як саме агентство, так і суб’єкт підприємництва, який здійснює випуск (тиражування або виробництво) інформаційної продукції на підставі угоди, укладеної між ним та інформаційним агентством.

*Розповсюджувачем продукції* інформаційного агентства може бути як саме агентство, так і суб’єкт підприємництва – власник (користувач) засобу комунікації, через який він розповсюджує продукцію інформаційного агентства в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством України та укладеною між ними угодою.

*Споживачі продукції* інформаційних агентств – громадяни, юридичні особи, державні органи України та інших держав, які на підставі відповідної угоди з інформаційними агентствами одержують їх інформаційну продукцію. Відповідно до Закону України «Про інформаційні агентства», продукція інформаційного агентства – це матеріалізований результат його діяльності, призначений для розповсюдження з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, державних органів.

Основними видами продукції інформаційних агентств є:

* електронна продукція;
* друкована продукція;
* фотопродукція;
* кінопродукція;
* аудіопродукція;
* відеопродукція.

Кожен випуск продукції інформаційних агентств повинен містити такі вихідні дані:

1. назву інформаційного агентства; відомості про засновника (співзасновників) та власника (співвласників);
2. прізвище чергового редактора чи відповідального за випуск та їх реквізити;
3. порядковий номер випуску і дату його виходу у світ;
4. адресу агентства.

*Відносини інформаційних агентств з іншими учасниками інформаційних відносин* будуються на основі Закону України «Про інформацію» та чинного законодавства України. Відносини інформаційних агентств з авторами або власниками інформації здійснюються на основі укладених між ними договорів. Забороняється зобов’язувати інформаційне агентство розповсюджувати відхилену ним інформацію, якщо інше не передбачено Законом або статутом (положенням) інформаційного агентства.

*Спростування розповсюдженої інформаційним агентством інформації.* Громадяни, юридичні особи, державні органи і органи місцевого самоврядування, а також їх уповноважені представники мають право вимагати від інформаційного агентства спростування розповсюджених про них відомостей, що не відповідають дійсності, принижують їх честь та гідність.

Спростування здійснюється інформаційним агентством, яке поширило таку інформацію. Інформація, що не відповідає дійсності, має бути спростована як інформаційним агентством, так і розповсюджувачем цієї інформації.

Відшкодування матеріальної і моральної шкоди за поширення інформації, що спростовується, здійснюється у передбаченому законодавством порядку.

**Список літератури**

1. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII. *База даних «Законодавство України». Верховна Рада України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/2782-12 (дата звернення: 07.02.2022).
2. Г[арматій О.](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%93%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%82%D1%96%D0%B9%20%D0%9E$) Інформаційні агентства як об’єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників. [*Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669017). 2015. Вип. 5. С. 334-347.
3. Гарматій О.В.Агенційна журналістика : навч. посіб.. Львів : Cполом, 2015. 176 с.
4. Тернова А.І. Прес-служби та інформаційні агентства: методичні рекомендації для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Журналістика» заочної форми навчання. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 100 с.
5. Шотурма Н.В.Організація роботи прес-служб та інформагентств : хрестоматія до дисципліни. Івано-Франківськ : ПНУ, 2019. 85 с.
6. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 № 74/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/74/95-%D0%B2%D1%80 (дата звернення: 07.02.2022)