

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерської роботи

на тему «ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НАЦІОНАЛЬНИМИ ІНФОРМАЦІЙНИМИ АГЕНТСТВАМИ»

Виконала: студентка II курсу, групи СНз-311 м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Шульженко Анжеліка Сергіївна
(прізвище та ініціали)

Керівник канд. філ. наук, доц. каф. журналістики
Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)

Рецензент докт. н. соц. ком., доц. Чернявська Л.В.
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2022 р.

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Скуртул Г.С.		27.11.21		27.11.21
I	Скуртул Г.С.		10.05.22		10.05.22
II	Скуртул Г.С.		10.09.22		10.09.22
III	Скуртул Г.С.		03.10.22		03.10.22
Висновки	Скуртул Г.С.		06.11.22		06.11.22

7. Дата видачі завдання: «12» жовтня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	жовтень 2021	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	грудень 2021	
3	Написання вступу	березень 2022	
4	Написання розділу 1	травень 2022	
5	Написання розділу 2	червень 2022	
6	Написання розділу 3	вересень 2022	
7	Написання висновків	жовтень 2022	
8	Оформлення роботи	листопад 2022	
9	Захист роботи	грудень 2022	

Студентка


(підпис)

Шульженко А.С.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ.....	14
1.1. Місце і роль інформаційних агентств у системі ЗМІ.....	14
1.2. Зародження та формування агенційної журналістики України.....	18
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ЖАНРОВЕ НАПОВНЕННЯ ІНФОРМАГЕНТСТВ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	26
2.1. Жанрова поліфонія контенту новинних агентств.....	26
2.2. Архітектоніка повідомлень ІА	36
2.3. Використання новітніх сленгізмів-неологізмів під час висвітлення подій повномасштабної російсько-української війни.....	45
2.4. Висвітлення новин у Telegram-каналах.....	52
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНА НАСИЧЕНІСТЬ ПОВІДОМЛЕНЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ НОВИНИХ АГЕНТСТВ (НА ПРИКЛАДІ ІА «АРМІЯІNFORM»).....	56
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	79

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Особливості висвітлення російсько-української війни національними інформаційними агентствами» становить 94 сторінки. Для виконання дослідження опрацьовано 75 джерел.

Предмет дослідження – жанровий контент, архітектоніка повідомлень українських інформагентств, мовностилістичні особливості й інформаційна насиченість матеріалів універсальних і спеціалізованих інформаційних агентств.

Об’єкт дослідження – українські універсальні й спеціалізовані інформаційні агентства: Укрінформ, УНІАН, Інтерфакс-Україна, РБК-Україна, АрміяInform.

Мета роботи: висвітлення особливостей роботи інформаційних агентств під час повномасштабної російсько-української війни.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання:**

- з’ясувати місце інформаційних агентств у системі засобів масової інформації;
- проаналізувати історію зародження й еволюції інформаційних агентств України;
- дослідити жанрову поліфонію матеріалів сучасних універсальних інформаційних агентств;
- здійснити аналіз новин інформагентств щодо їхньої структури та окреслити коло висвітлюваних ними подій;
- охарактеризувати мовностилістичні особливості інформаційних повідомлень щодо російсько-української війни;
- з’ясувати місце і значення Telegram-каналів у висвітленні подій війни;
- проаналізувати інформаційну насиченість повідомлень спеціалізованого інформагентства АрміяInform.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять наукові доробки зарубіжних (Р. Богданьскі [5], О. Кузнецова [24], Ю. Погорелий [44], В. Шнайдер [66] та ін.) і вітчизняних дослідників (О. Гарматій [7], В. Здоровега [14], В. Ільченко [37], М. Карась [37], В. Миронченко [58], А. Москаленко [35], М. Недопитанський [37], Ю. Нестеряк [41], Б. Потятиник [46] та ін.), які у своїх працях порушували проблему становлення і функціонування українських інформангентств.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналізу й синтезу під час вироблення наукової концепції, групування та узагальнення матеріалу, проблемно-тематичний та порівняльний аналіз.

Наукова новизна полягає в тому, що вперше була здійснена спроба детально проаналізувати і порівняти особливості функціонування вітчизняних інформаційних агентств, починаючи з 24 лютого 2022 року, з'ясувати, як змінився вектор їхньої діяльності з повномасштабним вторгненням РФ на територію України, визначивши їхні специфічні особливості.

Сфера застосування: фактичний матеріал, основні теоретичні положення і висновки можуть бути використані під час вивчення, підготовки та написання курсових робіт із дисципліни «Агенційна журналістика: виробництво контенту, продукту, промоція»; аналіз функціонування інформаційних агентств в умовах українського інформаційного простору може бути застосований для вдосконалення існуючого законодавства, зокрема, Закону України «Про інформаційні агентства».

ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО, РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА, ЖАНР, ІНФОРМАЦІЙНЕ ПОВІДОМЛЕННЯ, ЗАМІТКА, АРХІТЕКТОНІКА, МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ, ІНТЕРВ'Ю, РЕПОРТАЖ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЗМІ – засоби масової інформації

ІА – інформаційні агентства

ВСТУП

Характерною особливістю сучасного суспільства є збільшення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, держави. Інформація лежить в основі прийняття будь-якого рішення – політичного, економічного, соціального чи бізнесового. Стратегічною метою будь-якої демократичної держави є формування і становлення її інформаційного простору – сукупності доступних у країні інформаційних джерел і потоків.

У наш час засоби масової інформації (далі – ЗМІ) не єдині виробники інформаційного продукту. Навіть найпотужніші з них не здатні самотужки підготувати всеохоплюючий та якісний інформаційний матеріал. У своїй діяльності вони спираються як на власні ресурси (кореспондентська сітка, яка часто має своїх платних інформаторів, аналітична діяльність), так і на діяльність різноманітних аналітичних центрів (неурядових організацій), які здійснюють соціологічні та аналітичні дослідження, а також на інформаційні агентства (далі – ІА), прес-центри.

На сьогодні інформаційні агентства займають чільне місце у вітчизняному та світовому медіапросторі, оскільки збирають, обробляють та поширюють інформації як повноцінні ЗМІ і тим самим визначають контент, обсяг, тематичну спрямованість інформаційних потоків. Саме від них залежить, якою буде інформаційна картина дня в кожній країні та у світі загалом.

Ранок 24 лютого 2022 року назавжди змінив не тільки історію України, а й усю світову історію. Саме цього дня росія почала повномасштабну війну проти України. Усі засоби масової інформації сколихнула ця подія, яка вже більш, ніж 200 днів, не сходить зі шпальт вітчизняних та світових медіа. Не є винятком і інформаційні агентства, які одними з перших почали висвітлювати наслідки злочинних дій російської федерації проти українців, проти цивільної та воєнної інфраструктури України, проти пам'яток культури національного та світового значення тощо.

Інформаційні агентства неодноразово були об'єктами досліджень як

зарубіжних (Р. Богданські [5], О. Кузнецова [24], Ю. Погорелий [44], В. Шнайдер [66] та ін.), так і вітчизняних дослідників (О. Гарматій [7], В. Здоровега [14], А. Москаленко [35], Ю. Нестеряк [41] та ін.). У вивчення тематичного наповнення, структурних особливостей повідомлень, жанрового контенту та інших аспектів функціонування інформаційних агентств, зробили вагомий внесок українські науковці: О. Гарматій [7], В. Ільченко [37], М. Карась [37], В. Миронченко [58], М. Недопитанський [37], Ю. Нестеряк [41] та ін.

Ю. Погорелий у своїй праці «Інформаційне агентство: стиль оперативних повідомлень» (2001) функціонування інформаційних агентств вбачає саме в процесі створення і редагування інформаційних повідомлень. Автором викладаються механізми виникнення, модифікації та зникнення певних жанрів оперативних інформаційних повідомлень, з'ясовуються ключові чинники, що впливають на зміну вимог інформаційних агентств до своїх новин.

Дисертація Ю. Нестеряка «Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід)» (2005) присвячена розгляду інформаційно-технологічних та творчих особливостей діяльності вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств. В основі дослідження лежить історичний аспект зародження і розвитку міжнародних та вітчизняних інформаційних агентств, автор розглядає розширення сфери діяльності ІА завдяки їхньому виходу у всесвітню мережу. Ю. Нестеряк, стверджує, що створилися умови для визнання інформагентств самостійними засобами масової інформації.

У навчальному посібнику «Сучасна агенційна журналістика» (2010) (загальна редакція – В. В. Різуна), де викладено правові засади діяльності інформаційних агентств, описано історію та діяльність трьох провідних інформагентств України – Укрінформ, УНІАН та Інтерфакс України. Особлива увага звернена на опис інформаційної продукції агентств, а також на головні аспекти підготовки матеріалів для вказаних агентств за прийнятими в них вимогами і стандартами.

У навчальному посібнику О. Гарматій «Агенційна журналістика» (2015) висвітлені ключові аспекти зародження і діяльності вітчизняних та світових інформаційних агентств, їхніх правових засад функціонування, жанрового наповнення, а також архітектоніки повідомлень.

Ф. Макгрегор у статті «International News Agencies» (2013) аналізує діяльність трьох найвпливовіших інформаційних агентств світу (Thomson Reuters, the Associated Press та Agence France-Presse) і доводить тезу, що вони є монополістами, які пригнічують розвиток інших постачальників новин, планів і моделей новин, тим самим формують суспільну думку і впливають на неї.

Комплексного дослідження діяльності вітчизняних універсальних і спеціалізованих інформаційних агентств у період повномасштабної російської агресії, починаючи з 24 лютого 2022 року в наукових розвідках ще немає, як і немає детального опису особливостей архітектоніки та інформаційної насиченості новин, пов'язаних з російсько-українською війною, місцем і значенням соціальних мереж та телеграм-каналів у системі ЗМІ, що і зумовлює **актуальність** роботи.

Метою дослідження є висвітлення особливостей роботи інформаційних агентств під час повномасштабної російсько-української війни.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- з'ясувати місце інформаційних агентств у системі засобів масової інформації;
- проаналізувати історію зародження й еволюції інформаційних агентств України;
- дослідити жанрову поліфонію матеріалів сучасних універсальних інформаційних агентств;
- здійснити аналіз новин інформагентств щодо їхньої структури та окреслити коло висвітлюваних ними подій;
- охарактеризувати мовностилістичні особливості інформаційних повідомлень щодо російсько-української війни;

- з'ясувати місце і значення Telegram-каналів у висвітленні подій війни;
- проаналізувати інформаційну насиченість повідомлень спеціалізованого інформгентства «АрміяInform».

Об'єкт дослідження – українські універсальні й спеціалізовані інформаційні агентства: Укрінформ, УНІАН, Інтерфакс-Україна, РБК-Україна, АрміяInform.

Предмет – жанровий контент, архітектоніка повідомлень українських інформгентств, мовностилістичні особливості й інформаційна насиченість матеріалів універсальних і спеціалізованих ІА.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять наукові доробки таких зарубіжних (Р. Богданські [5], О.Кузнецова [24], Ю. Погорелий [44], В. Шнайдер [66] та ін.) і вітчизняних дослідників (О. Гарматій [7], В. Здоровега [14], В. Ільченко [37], М. Карась [37], В. Миронченко [58], А. Москаленко [35], М. Недопитанський [37], Ю. Нестеряк [41], Б. Потятиник [46] та ін.), які у своїх працях порушували проблему становлення і функціонування українських інформгентств.

Методи дослідження. У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналізу й синтезу під час вироблення наукової концепції, групування та узагальнення матеріалу, проблемно-тематичний та порівняльний аналіз.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше була здійснена спроба детально проаналізувати і порівняти особливості функціонування вітчизняних інформаційних агентств, починаючи з 24 лютого 2022 року, з'ясувати, як змінився вектор їхньої діяльності з повномасштабним вторгненням РФ на територію України, визначивши їхні специфічні особливості.

Теоретичне й практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що фактичний матеріал, основні теоретичні положення і висновки можуть бути використані під час вивчення, підготовки та написання курсових робіт із дисципліни «Агенційна журналістика: виробництво контенту, продукту, промоція»; аналіз функціонування інформаційних

агентств в умовах українського інформаційного простору може бути застосований для вдосконалення існуючого законодавства, зокрема, Закону України «Про інформаційні агентства».

За темою дослідження було опубліковано фахову статтю:

Шульженко А. С., Рула Н. В. Жанрове різноманіття на сторінках вітчизняних інформаційних агентств у період повномасштабної російсько-української війни // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика». Том 33 (72) № 4, 2022. С. 288-292

та тези:

Шульженко А.С., Скуртул Г.С. Російсько-українська війна очима журналістів-агенційників (на прикладі інформаційних агентств «Укрінформ», «УНІАН», «АрміяInform») [Текст] / А.С. Шульженко, Г.С. Скуртул // Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.) / редкол.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – С. 210-211.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету й завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, підкреслено наукову новизну, теоретичне й практичне значення, апробацію результатів дослідження.

У першому розділі «**Теоретичні засади дослідження становлення та розвитку інформаційних агентств України**» узагальнено теоретичні засади дослідження становлення і розвитку інформаційних агентств України, визначено їхній статус в системі ЗМІ, аргументовано їхнє самостійне повноцінне значення як постачальників і розповсюджувачів інформації.

Другий розділ «**Структурні особливості та жанрове наповнення інформантств під час висвітлення подій російсько-української війни**»

складається з чотирьох підрозділів, у яких характеризується жанрове різноманіття, побудова інформаційних матеріалів досліджуваних вітчизняних інформгентств, мовностилістичні особливості новин та специфіка функціонування телеграм-каналів досліджуваних агентств. У першому підрозділі розглянуто інформаційні (замітка, інтерв'ю, репортаж, звіт) та аналітичні жанри (стаття, кореспонденція та коментар), встановлено, які з них домінують на сторінках інформаційних агентств. У другому підрозділі проаналізовано новини з точки зору їхньої побудови, з'ясовано, які ІА дотримуються міжнародних стандартів щодо оформлення новин, а які нехтують ними. Третій підрозділ присвячений мовностилістичним особливостям, а саме мовним нововведенням, спричиненим російсько-українською війною та їхнім використанням журналістами-агенційниками. У четвертому підрозділі проаналізовано телеграм-канали кожного з досліджуваних інформгентств, з'ясовано особливості їхньої роботи.

У третьому розділі **«Інформаційна насиченість повідомлень спеціалізованих новинних агентств (на прикладі ІА «АрміяInform»)»** здійснено аналіз спеціалізованого ІА, роль і значення якого під час повномасштабної війни стала вагомою в українському інформаційному просторі, встановлено, що йому притаманна конвергентність, яка на сьогодні допомагає краще сприймати інформацію і конкурувати в медійному просторі.

У висновках підсумовано результати дослідження, виявлено спільні та відмінні властивості у діяльності вітчизняних інформаційних агентств. Загальний обсяг роботи – 94 сторінки. Список використаних джерел – 75 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

1.1. Місце і значення інформаційних агентств у системі ЗМІ

Загальноновизнаним складником інформаційної системи суспільства є система засобів масової інформації. Відомо, вона складається з різних видів суб'єктів інформаційної діяльності (друкованих, аудіовізуальних та електронних засобів масової інформації). Група аудіовізуальних ЗМІ складається з радіо та телебачення, новітні електронні ЗМІ найяскравіше представлені глобальною інформаційною мережею Інтернет. Окремою групою ЗМІ є інформаційні агентства [41].

Інформаційні агентства перебувають в епіцентрі системи засобів масової інформації, оскільки їхня робота рідко доходить до широкої публіки прямо: як правило, новини, які ними готуються, використовують інші засоби масової інформації: газети, телебачення й радіо. Головними споживачами стрічок інформагентств є професійні журналісти – тільки вони здатні розібратися в сотнях повідомлень, які з'являються на «стрічках новин».

Стосовно місця і ролі інформаційних агентств у системі засобів масової інформації в науковій літературі склалося дві протилежні точки зору. Так, одні дослідники стверджують, що ІА є самостійними суб'єктами інформаційної діяльності (В. Здоровега, Ю. Нестеряк, Ю. Погорелий та ін.), інші вважають їх посередницькими засобами масової інформації (О. Кузнецова та ін.). Так, на думку Р. Богданьскі, урахувавши те, що основним споживачем послуг інформаційних агентств є мас-медіа, дослідник виводить формулу: «Інформаційна агенція — це ЗМІ для ЗМІ». Він зазначає, що інформаційні агентства є джерелом актуальної,

упорядкованої інформації про всі найважливіші події в країні та за кордоном [5].

Німецькі дослідники медіа Вольф Шнайдер та Пауль-Йозеф Рауе, підкреслюючи важливе значення інформаційних агентств у сучасному світі, зазначають: «Сьогодні взагалі неможливо уявити собі мас-медіа без агентств. Саме вони значною мірою визначають, які новини підуть у друк чи в ефір, а які ніколи не досягнуть свідомості більшості людей» [66, 96].

А. Москаленко став чи не найпершим серед вітчизняних науковців, хто визнав інформаційні агентства самостійними засобами масової інформації. У підручнику «Теорія журналістики» він наголосив, що «в епоху інформаційного споживання відбувається бурхливий розвиток системи ЗМІ. При цьому її ядро становлять газетні і журнальні редакції, видавництва, студії радіо і телебачення з їх різноманітною продукцією» [35, 25].

Ю. Погорелий підкреслює, що, справді, три чверті своєї історії інформгентства обслуговували ЗМІ. Однак нині вони перестали бути навіть ЗМІ, а перетворилися на інформаційні компанії, які не тільки поширюють інформацію, а й організують її. Дослідник прогнозує, що у майбутньому інформгентства продовжуватимуть відходити від традиційної ролі «медіа для медіа» до свого нового призначення – організаторів інформації [21].

На думку В. Здоровеги, найпоширенішим сьогодні у повсякденній практиці та зафіксованим у законодавстві збірним поняттям засоби масової інформації називають пресу, телебачення, радіомовлення, документальне кіно, інформаційні агентства, комп'ютерні засоби масового розповсюдження інформації» [14, 5]. Його думку поділяє й Ю. Нестеряк: «сучасний стан розвитку інформаційної сфери суспільства, глобалізація інформаційних процесів і, як результат, підвищення ролі інформгентств в інформаційному обігу, збільшення й диверсифікація їхніх інформаційних продуктів засвідчують, що інформгентства є сьогодні самостійними засобами масової інформації» [41].

Проте, О. Кузнецова вказує, що інформаційні агентства – це посередницькі засоби масової комунікації (організації або установи), які збирають, обробляють інформацію і передають на договірних засадах в інші засоби масової інформації, інформагентства для її поширення [24, 90].

На сьогодні, аналізуючи зміст цілого ряду видань, можна побачити, що їх інформаційна стрічка практично повністю складена з передруку повідомлень інформагентств. ЗМІ ніяк не обробляють повідомлення інформагентств, а цитують їх безпосередньо, публікують інформацію якомога оперативніше, обмежуючись тільки розробкою унікальних редакторських заголовків. Дедалі очевиднішою стає тенденція, згідно з якою ЗМІ не формують порядок денний, а лише транслюють його. Іншими словами, вони змінюють форму комунікації, але не впливають на зміст і значення.

Щоб бути конкурентоспроможними, сучасні агентства функціонують в режимі реального часу: новини надходять передплатникам через лічені хвилини після того, як сталися самі події. Якщо на перших етапах розвитку інформагентства постачали засоби масової інформації хронікою подій і офіційними повідомленнями, то зараз перелік інформаційних сервісів помітно розширився.

Розглядаючи інформаційні агентства як самостійний різновид ЗМІ, звертаємо увагу на такі поняття, як «інформація» та «інформаційне суспільство». Загальновідомо, що інформація (лат. *informatio* – роз'яснення, виклад, тлумачення) – це відомості про щось, чийось діяльність; це система повідомлень про актуальні новини внутрішнього й міжнародного життя, які орієнтують аудиторію в фактах, явищах і процесах політики, економіки, науки, культури тощо.

Інформаційне суспільство – соціологічна концепція постіндустріального суспільства; нова історична фаза розвитку суспільства, в якому виробництво, використання та споживання інформації стає визначальним способом діяльності в усіх сферах суспільного буття (економіці, політиці та культурі). Його особливістю є вирішальна роль інформаційно-комунікаційних

технологій, виробництво інформації та знання [12].

Воно має три головні характеристики, принципово важливі для розвитку діяльності інформаційних агентств у XXI столітті:

1) по-перше, інформація використовується суспільством як економічний ресурс. ІА прагнуть підвищити ефективність розповсюдження інформації на світовому медіапросторі. Дослідники відзначають поглиблення процесів інформаційної і економічної інтеграції країн і народів, що значно сприяє підвищенню значення інформаційного продукту для всього світу;

2) по-друге, інформація стає необхідною для масового споживання, оскільки разом з економічними і політичними новинами вона задовольняє потреби суспільства в різних інформаційних продуктах і послугах. Упровадження нових технологій, засобів обчислювальної техніки і телекомунікації дозволяє інформаційним агентствам розвиватися як «перспективним» організаціям зі збирання, переробки та доставки інформації споживачам;

3) по-третє, інтенсивне формування інформаційного сектора економіки, викликало до життя такий пріоритетний напрям діяльності інформагентств як створення фінансових редакцій, які відповідають за економічні і фінансові новини, ведуть трансляції з бірж тощо [16].

Не менш важливим фактором діяльності та об'єктивності у висвітленні новинної картини є зона поширення форма власності інформаційного агентства. Так, В. Сапунов класифікує їх за двома ознаками:

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

2. 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 впливає з їхнього статусу – постачальника оперативної інформації й організації «порядку денного» ЗМІ. Тобто інформаційні агентства фактично виконують функції «біржі» в журналістській сфері і створюються не для прибутку, а для оптимізації медіасистеми [50].

Отже, підсумовуючи думки вітчизняних та зарубіжних дослідників, можемо стверджувати, що інформаційні агентства пройшли шлях від посередника в поширенні інформації для ЗМІ і трансформувалися до самостійного засобу масової комунікації. На сьогодні вони відіграють значну роль у забезпеченні світової та вітчизняної аудиторії своєчасною і точною інформацією, ІА стали важливою складовою інфраструктури ЗМІ.

1.2. Зародження та формування агенційної журналістики України

Журналістика – це складний механізм, який динамічно розвивається не лише у світі, але й в Україні. Її кінцева мета як системи – задоволення інформаційних потреб суспільства, оскільки воно потребує «свіжого», адекватного й послідовного погляду на ті чи інші події та проблеми, які відбуваються в населеному пункті, регіоні, країні та світі загалом. Інформаційні агентства (далі – ІА) покликані задовольнити декларовану мету журналістики, тому по праву можуть вважатися самостійними засобами масової інформації [11].

Історія розвитку й діяльності інформаційних агентств налічує вже 180 років, але впродовж більшої частини цього періоду інформантства не викликали серйозного зацікавлення науковців. Підвищення уваги дослідників до них, яке спостерігається з другої половини ХХ ст., зумовлене насамперед масштабними трансформаціями у світовому інформаційному

просторі та пов'язаними з цим змінами в системі засобів масової інформації. На думку О. Гарматій, глобалізація інформаційно-комунікаційних процесів, зростання ролі інформагентств у сучасній інформаційній індустрії, збільшення їхньої частки в інформаційному обігу ставлять на порядок денний теорії та практики журналістики потребу ґрунтовного вивчення потенціалу агенційної журналістики [7].

Сучасний стан розвитку інформаційної сфери суспільства, глобалізація інформаційних процесів і, як наслідок, – підвищення ролі інформаційних агентств в інформаційному обігу, зростання й диверсифікація їхніх інформаційних продуктів свідчать на користь того, що інформаційні агентства є самостійними засобами масової інформації [18, 16].

Інформаційні агентства (ІА) – спеціалізовані інформаційні підприємства (організації, служби, центри), які обслуговують ЗМІ. Їх основна функція – забезпечувати оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною інформацією редакції газет, журналів, телебачення, радіомовлення, а також інші установи, організації, приватних осіб, які є підписниками на їхню продукцію.

В. Сапунов дає таке визначення інформагентства – «це інформаційно-комунікативний комплекс з накопичення, обробки та поширення загальнозначущих відомостей, що забезпечує оптимальне функціонування медіасистеми в умовах монопольно-фінансового капіталізму» [50].

Виникнення перших інформаційних агентств світу зумовлювалося необхідністю швидкого поширення відомостей економічно-фінансового характеру, а також потребою друкованих періодичних видань в отриманні якнайбільшої кількості інформаційного матеріалу з усіх куточків світу [39].

Зародження і розвиток української агенційної журналістики та шляхи її становлення дещо відрізняються від світового зразка. Якщо перші світові інформаційні агентства виникали передовсім у зв'язку з потребою комерційних та фінансових кіл в інформації бізнесового характеру, то попередники сучасних інформагентств України мали пропагандистську

спрямованість. Вони, насамперед, переслідували мету національного відродження держави, ознайомлення світової спільноти із прагненнями українців і несли ідеологічне навантаження [19, 27].

Як відомо, вітчизняні інформаційні агентства починають свою історію у 1907 р., коли В. Кушнір заснував у Відні Українське пресове бюро. Основним завданням ІА на той час було наповнення повістки дня новинами про Україну, які висвітлювала європейська преса.

За часів Радянської України 8 березня 1918 року в Харкові було засноване РАТАУ – центральний інформаційний орган Радянської України. Його первісна назва – УкТА за постановою Всеукраїнського Центрального Виконавчого Комітету. Після низки реорганізацій – у кінці 1918 року УкТА перетворено на Бюро української преси (БУП), а на початку січня 1920 – у Всеукраїнське бюро Російського телеграфного агентства (УКРОСТА), де у квітні 1921 р. воно дістало назву РАТАУ [14]. Лише з 1971 р. воно ввійшло до складу єдиної державної інформаційної системи СРСР – ТАРС, а в 1990 році, перед проголошенням незалежності України, РАТАУ реорганізували в Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ». Цей період був чи не найбурхливішим у житті агентства. Він припав на злам епох – відійшов у минуле бюрократично-адміністративний компартійний режим, з'явилася на карті світу демократична незалежна Україна. Створення Укрінформу мотивувалося не тільки суспільно-політичними, а й технологічними змінами: електронні засоби передачі інформації, які дедалі ширше застосовувалися у діяльності агентства і ЗМІ, робили анахронічним словосполучення «радіотелеграфне» у його назві [7]. На сьогодні воно є одним з провідних інформантів України. Згідно зі Статутом, затвердженим 27 березня 1996 року Постановою Кабінету Міністрів України, це ІА визначене як центральне державне інформаційне агентство України [38, 58].

Отже, саме з інформаційного агентства Укрінформ розпочинається історія становлення та функціонування сучасних ІА в українському медіапросторі. Саме це ІА першим на увесь світ розповіло, що 24 серпня

1991 року Україну проголосили незалежною державою. Історичний момент зберігся як на новинних стрічках, так і на авторських фотографіях інформаційного агентства.

У 2015 р. відбувся ребрендинг Укрінформу, який став частиною Мультимедійної платформи іномовлення України. З огляду на це, агентство, на думку В. Конаха, «є важливим інструментом у просуванні та захисті національних інтересів за кордоном, формуванні та підтриманні позитивного іміджу власної держави в світі» [35, 72] і функціонує у вигляді мультимедійної компанії, що є надзвичайно важливим у період повномасштабної російсько-української війни.

На сьогодні Укрінформ є єдиним національним інформаційним агентством України, де міститься інформація про політичне, економічне, соціальне, наукове, культурне, суспільне життя в Україні та за кордоном. Щодня ІА надає своїй аудиторії повну та об'єктивну картину подій: більш як 500 новин за добу, ексклюзивні коментарі та інтерв'ю, фоторепортажі, інфографіку. Матеріали публікуються українською, російською, англійською, іспанською, німецькою, французькою, польською та японською мовами [60].

Кореспонденти ІА працюють у кожному куточку України та за кордоном (США, Канада, Німеччина, Франція, Австрія, Бельгія, Нідерланди, Польща, Латвія, Туреччина). Агентство є потужним постачальником інформації стосовно російсько-української війни, оперативність донесення новин є надзвичайно швидкою, наприклад: новини з'являються з інтервалом 5-7 хвилин. ІА є універсальним, охоплює всі сфери життєдіяльності людини, проте нині превалює саме інформація щодо вторгнення російської федерації на територію України (приблизно 85%). За даними Інституту масової інформації (2022) Укрінформ увійшов у дев'ятку найякіснішим онлайн-медіа [10].

Сайт інформаційного агентства містить такі тематичні рубрики: Війна, #UАразом, політика, економіка, світ, суспільство, культура, регіони, Київ, Крим, спорт, діаспора, технології. Останні найголовніші новини винесені в центр і обов'язково проілюстровані фото (ДОДАТОК А).

Інформаційне агентство представлене у таких соціальних мережах, як Instagram, Facebook, Twitter, YouTube та Telegram, що на сьогодні є дуже зручним і користується значною популярністю в аудиторії. Фотобанк Укрінформу насичений фотографіями відповідно до тих чи інших подій, які відбулися у світі. Тут можна замовити фотографії у хорошій якості, попередньо зареєструвавшись на сайті. Окрім цього, текстове повідомлення автоматично можна завантажити в форматі txt.

УНІАН – це приватне інформаційне агентство України [61], яке входить до медіахолдингу Ігоря Коломойського разом із телеканалами 1+1, 2+2, ТЕТ, ПлюсПлюс, Бігуді, УНІАН ТБ, 1+1 International, сайтами ТСН.ua, Главред, Телекритика [62]. Воно функціонує з 1993 року і випускає інформаційну продукцію політичної, соціальної і ділової спрямованості.

У 2000 році УНІАН стало інтернет-виданням, а в 2006 році – власники вдалися до ребрендингу веб-сайту. Новаторство інформагентства полягало в тому, що воно першим в Україні почало реалізовувати інтернет пресконференції. Інформаційну повістку від УНІАН одержують майже 500 друкованих і електронних засобів масової інформації, серед яких наймасштабніші агентства світу – Reuters, ІТАР-ТАСС, BBC, Deutsche Welle, Associated Press [63].

На сьогодні УНІАН охоплює величезний спектр новин: політика, економіка, регіональні новини, суспільні, спортивні, світові, науково-технологічні, розважальний контент, новини про здоров'я тощо. Інформаційна продукцію виходить трьома мовами – українською, російською та англійською.

Сайт інформаційного агентства «УНІАН» містить таке тематичне різноманіття: Головна, Війна, Україна, Політика, Економіка, Світ, Спецпроекти, Регіони, Спорт, Наука, Техно і зв'язок, Лайт, Ігри, Інциденти, Здоров'я, Туризм, Курйози, Погода, Відео з Youtube, Відео, Думки, Статті, Інтерв'ю, Архів, Контакти (ДОДАТОК Б).

На сьогодні стрічка ІА «УНІАН» висвітлює переважно події російсько-української війни. Про це свідчать рубрики «Війна», яка займає першу позицію на сайті (Після «Головної»), спецпроекти, де кожна з підрубрик

(«Екологія», «Страхування», «Коронавірус», «Зброя», «Матеріали для Гааги») безпосередньо пов'язана з впливом війни на всі сфери життєдіяльності людини не тільки в Україні, а й світі. Найголовніші новини, як і в Укрінформ, виносяться у стрічку новин і додаються кожні 5-7 хвилин. Інформаційне агентство представлене у таких соціальних мережах, як Instagram, Facebook, Twitter, YouTube та меседжерах Viber та Telegram.

Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» [17] – одне з найбільших інформантств України за оперативністю у наданні інформації, цитованістю в ЗМІ, охопленням аудиторії. Його інформаційні стрічки інтегровані в інформаційні потоки найбільших агентств світу – Bloomberg та Reuters. У режимі реального часу «Інтерфакс-Україна» веде свою діяльність з травня 1999 року, а рівно за рік до того ІА запустило сайт в мережі Інтернет [11].

На сьогодні ІА надає оперативну інформацію політичного та фінансово-економічного характеру не лише стосовно України, а й низки інших ключових для України країн (країни ЄС, Китай тощо), оперативністю характеризуються новини, що стосуються російсько-української війни, а саме: втрати противника, переваги ЗСУ, підтримка європейськими та світовими лідерами нашої країни. Матеріали публікуються чотирма мовами – українською, російською, англійською та німецькою. Інформація оновлюється з періодичністю в пів години.

Сайт інформантства «Інтерфакс-Україна» містить такі рубрики: Головна, Події, Політика, Економіка, Green Deal, Спорт, Телеком, Медицина, Інвестиції. А також такі спецтеми: Крим, Газ, Нерухомість, Війна, Зерно, Відновлення України, ЗАЕС, які є актуальні на той чи інший час. В окрему стрічку винесена інформація «Сумарні втрати ворога на кожен день війни».

Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» є в таких соціальних мережах, як Instagram, Facebook, Twitter та Telegram-каналі.

РБК-Україна [48] – українське інформаційне агентство, засноване в 2006 році. Від самого початку це онлайн ЗМІ було частиною російського медіахолдингу РБК (скорочення від «РосБізнесКонсалтинг»), однак через чотири роки існування, у 2010 р., воно вийшло з його складу [35]

ІА є одним з топових інформаційних агентств нашої країни. Воно спеціалізується на фінансових, економічних та політичних новинах України та світу. Інформаційні продукти публікуються двома мовами (українська та російська). РБК-Україна, як і вище перераховані інформаційні агентства, активно висвітлює події війни в Україні, на головній сторінці подає статистичні дані стосовно втрат російських окупантів, що є дуже зручним для читачів. Інформація публікується з інтервалом приблизно 10-20 хвилин.

Сайт інформаційного агентства «РБК-Україна» має менше рубрик, ніж інші аналізовані ІА: News, Daily, Styler, Travel та підрубрики, безпосередньо пов'язані з повномасштабною війною: Війна Росії з Україною, Зеленський заяви, Донбас новини, Маріуполь новини, Харків новини, Київ новини, Переговори Росії та України, Біженцям, Обличчя війни, де безперешкодно, витрачаючи мінімум часу, користувач може дізнатися ту чи іншу інформацію. Схожу стрічку, як і в ІА «Інтерфакс-Україна» має і це інформантство «Війна в Україні: орієнтовні втрати окупантів на кожен день». Інформаційне агентство є в таких соціальних мережах, як Instagram, Facebook, Twitter та Telegram-каналі (ДОДАТОК Г).

У період повномасштабної російсько-української війни роль і значення спеціалізованих ІА стрімко зростає. На сьогодні підготовка та поширення повноцінного, готового до використання інформаційного продукту як медійниками, так і пересічними користувачами, пов'язаного з війною, належить саме інформаційному агентству АрміяInform.

АрміяInform [3] – інформаційне агентство Міністерства оборони України, створене в грудні 2018 року. Щодня воно надає повну картину подій у сфері оборони і безпеки: оперативна інформація, аналітика, ексклюзивні коментарі, інтерв'ю, фоторепортажі, інфографіка, відеостріми з місця події.

Це спеціалізоване інформаційне агентство, яке до 24 лютого 2022 року висвітлювало події, пов'язані з Операцією об'єднаних сил (далі – ООС) на сході України, а також безпосередньо зі Збройними силами України. Інформація надавалася регулярно з інтервалом 20-30 хвилин. З моменту

нападу РФ на Україну (24 лютого 2022 року) стрічка новин ІА почала оновлюватися що 10 хвилин, події війни стали доступними аудиторії 24/7.

Сайт інформантства, як і саме агентство є спеціалізованим, тому тут є підрубрики: StopRussia, Харківський трибунал, Герої нескореної України, Деокупація, Відео. Інформаційне агентство представлене в таких соціальних мережах, як Facebook, Instagram, Twitter, а також у Telegram-каналі (ДОДАТОК Д).

Історія переходу інформаційних агентств на комерційну журналістику після 1991 року свідчить про появу приватних агенцій, а це означає розширення їхніх функцій і перспективи подальшого розвитку. Винайдення інтернету надало всім без винятку ЗМІ, у тому числі й ІА, можливості до збільшення обсягів своєї продукції і в кінцевому результаті – збільшення своєї аудиторії. Саме завдяки переходу до всесвітньої мережі, створення офіційних сайтів, поширення в соціальних мережах інформаційні агентства вийшли на новий етап свого розвитку, де на сьогодні є повноправними розповсюджувачами інформації. Урізноманітнилися і функції агенцій, якщо до проголошення незалежності України головною була ідеологічна функція, то на сьогодні це інформаційна, пізнавальна, комунікативна, рекламна тощо. Все це свідчить про те, що інформаційні агентства не стоять на місці, а на вимогу часу вдосконалюють свою роботу, оскільки лише так можна функціонувати і конкурувати в реаліях сьогодення.

Отже, зародження та діяльність сучасних вітчизняних інформаційних агентств має свою більш як столітню історію (Укрінформ). У процесі свого розвитку та трансформації вони орієнтуються на світові інформаційні агентства, проте виконують свою специфічну функцію – повідомляють світ про події в Україні, знайомлять з нашими національними надбаннями, звичаями та традиціями. На сьогодні всі інформантства мають сторінки у соціальних мережах, тому в користувачів є можливість швидко й оперативно отримувати інформацію від медіа.

РОЗДІЛ 2

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ЖАНРОВЕ НАПОВНЕННЯ ІНФОРМАГЕНТСТВ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Жанрова поліфонія контенту новинних агентств

На сторінках сучасних видань функціонує велика кількість жанрів, об'єднаних у такі метажанри, як інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Інформаційні агентства спеціалізуються саме на інформаційних та аналітичних жанрах подачі інформації, тому саме вони будуть нами розглянуті детально.

Так, інформаційні жанри характеризуються тим, що не допускають змін у способі побудови тексту, а саме: певний обсяг, відсутність чи обмеження авторства, коментар, оцінка, використання кліше, штампів із зазначенням вихідної інформації, подання основної інформації в першому реченні, велика кількість пояснювальних локалізаторів, високий інформаційний вміст заголовків тощо. Інформаційні жанри використовуються, коли намагаються донести новину до читачів.

До інформаційних жанрів Ю. Бідзіля зараховує факт, замітку, звіт, інтерв'ю, репортаж, кореспонденцію, бліц-опитування [55, 37]. А. Тертичний інформаційні жанри поділяє на замітку, інформаційну кореспонденцію, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, запитання-відповідь, репортаж, некролог [59, 115]. Л. Кройчик до інформаційних зараховує такі групи журналістських жанрів та їх жанрові різновиди, як: 1) оперативно-новинні (замітка у всіх її різновидах); оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортаж, звіт) [23].

Специфіка інформаційних агентств дозволяє виділити жанри, властиві

виключно цьому виду журналістської діяльності: замітка та її види (подієва замітка, анонс, анотація, мініогляд, блицпортрет, мінірецензія, мініпорада, виклад думки); інформаційний огляд; інформаційне інтерв'ю (опитування, анкетування, пресконференція); інформаційний звіт; репортаж; інформаційна кореспонденція [26].

Замітка – це один із найпопулярніших жанрів інформаційної журналістики, «у якому точно, стисло й оперативно повідомляється про найсуттєвіші життєві факти» [59, 40].

Проаналізувавши контент українських інформаційних агентств, починаючи з 24 лютого 2022 року, можна стверджувати, що замітка домінує серед жанрового різноманіття інформаційних повідомлень. Проілюструємо цю тезу прикладами.

Так, наприклад, новинна стрічка за період повномасштабного вторгнення Укрінформу містить такі актуальні замітки: «У Маріупольському районі загарбники розстрілюють українських волонтерів і чиновників» [60], «Кулеба не побачив потужних рішень щодо України у проєкті документа Мадридського саміту НАТО» [60], «Блінкен обговорив з італійським колегою питання продовольчої безпеки через війну в Україні» [60]. Переважна більшість новин висвітлює події війни в Україні або її вплив на світ, оскільки це не лише наша війна, це війна всього цивілізованого світу проти смерті, вбивств, агресії РФ. Переважна більшість заміток є розширеними, тобто наводяться думки людей щодо означеної проблеми.

УНІАН також висвітлює інформацію переважно в жанрі замітки, наприклад: «ЄС «перекриє кисень» ряду пропагандистів Путіна у рамках шостого пакета санкцій» [61], «Ердоган провів окремі перемовини з Зеленським та Путіним: що відомо» [61], «Вереск над болотом: у Зеленського розповіли про реакцію РФ на передачу MLRS Україні» [61] тощо. Наведені замітки характеризуються тим, що після опису події (явища) кореспондент надає слово експерту, який висловлює свою авторитетну думку щодо інциденту, тому вони є коментованими.

Контент ІА «Інтерфакс-Україна» є різноманітним, найчастіше це замітки, наприклад: *«За добу на Харківщині госпіталізовано шестеро людей із пораненнями, отриманими в результаті ворожих обстрілів»* [17], *«Нічний ракетний удар по Харкову було завдано з території Белгородської області»* [17], *«Ударами по Херсону та Енергодару знищено роту окупантів, їх артсистеми та склад боєприпасів – Генштаб ЗСУ»* [17] тощо. Найчастіше замітки є розширеними з опублікуванням думок експертів стосовно того чи іншого питання.

РБК-Україна характеризується розширеними замітками: *«ЗСУ в Донецькій області збили російський ударний вертоліт Ка-52»* [48], *«ЗСУ наступають на трьох напрямках у Херсонській області, - британська розвідка»* [48], *«Вночі ЗСУ збили всі ракети, якими Росія планувала атакувати Дніпро»* [48], *«ЗСУ на півдні знищили понад 100 окупантів та 60 одиниць ворожої техніки»* [48] тощо, де обов'язковим компонентом є бекграунд, на відміну від заміток Інтерфаксу-України.

Замітки інформгентства «АрміяInform» характеризуються тим, що в них яскраво виражені два типи заміток: подієва та розширена. Так, наприклад, подієва: *«Україна стала господарем свого життя і має сама визначати, як жити – Володимир Зеленський»* [3], *«Українські військові показали бойову роботу гаубиць FH70»* [3], *«Росармія здійснила 6684 злочини проти національної безпеки України»* [3] тощо.

Прикладом розширеної замітки є такі матеріали: *«росія перевела військові виробництва на посилений режим роботи — Ганна Маляр»* [3], *«Українські війська відтісняють окупантів на Південнобузькому та Криворізькому»* [3], *«Міністерство оборони досягло безперервного забезпечення ЗСУ – Ганна Маляр»* [3] тощо. Специфічною особливістю матеріалів є чіткість, лаконічність, відсутній розгорнутий опис. Це все знаходить своє відображення в подієвих замітках, які домінують на сторінках інформгентства АрміяInform.

Отже, замітки переважають серед інших жанрів на сторінках

інформаційних агентств, оскільки дають змогу журналістам швидко, оперативно подати основну ідею проблеми в стислому, невеликому обсязі.

Інтерв'ю – це інформаційний жанр журналістики, який висвітлює розмову журналіста з однією або кількома особами – «суспільно важливими, компетентними у визначенні питань», що актуальні для громадськості [59, с. 43]. Цей жанр дещо нагадує газетний, однак у практиці інформаційних агентства має й свої особливості. Найважливіша з них – інтерв'ю ніколи не з'являється на стрічці окремо, але може становити окрему рубрику. Зазвичай воно входить до складу новини й найчастіше подається у вигляді непрямой мови. І тільки особливо яскраві вислови чи визначення, що мають особистісний характер, оформлюються у вигляді цитати [41].

Для Укрінформ інтерв'ю є одним із популярних жанрів подачі інформації, вони для зручності навіть винесені в окрему стрічку на сайті: *Гельга Шмід, генеральна секретарка ОБСЄ: «Варіанти для діалогу були, проте росія обрала насильство»* [60], *Дмитро Орлов, міський голова Енергодара: «В окупації відчуття, що вас відкинули на 30 років назад»* [60], *Руслан Стефанчук, Голова Верховної Ради: «Увесь цивілізований світ готовий сприяти Україні в післявоєнній відбудові»* [60] тощо.

Для УНІАН не характерна така подача матеріалів у вигляді інтерв'ю за проаналізований проміжок часу. Вся увага інформантства зосереджена на оперативному висвітленні подій війни проти України у вигляді заміток.

Інформаційний контент Інтерфаксу-України в жанрі інтерв'ю для зручності користувачів винесений в окрему стрічку (жанрова рубрикація): *«Путін уже програв, він ніколи не виграє цієї війни з Україною – офіцер Сил спеціальних операцій армії США у відставці Майкл Гоук»* [17], *«В умовах війни робота держави з економікою має базуватися на військових законах – голова комітету Ради Гетманцев»* [17], *«Подольск: Військово-політичне керівництво країни не має сумнівів, що війна повинна відбуватися за сценарієм України. Інакше – навіщо були всі ці смерті?»* [17]. Від початку повномасштабного російського вторгнення Інтерфаксом опубліковано

близько 20 інтерв'ю.

Інтерв'ю РБК-Україною публікуються часто, наприклад: *«Віталій Кім: Не бачу намірів ворога захопити Миколаїв»* [48], *«Михайло Подоляк: Ми не будемо йти ні на «Мінськ-3», ні на «Будапешт-2»»* [48], *«Олег Жданов: Війна з Росією на місяці, але не на роки»* [48]. Це переважно думки військових експертів, радників голови Офісу президента, представників влади щодо російської агресії проти України.

АрміяInform жанр інтерв'ю використовує дуже часто, матеріали навіть винесені в окрему категорію для більш зручного використання аудиторією, наприклад: *«Говорить великий Львів»* [3], *«Без зайвого ажіотажу в інформаційному просторі звільняємо свої території – Ганна Маляр»* [3], *«Олексій Резніков: Після капітуляції росії їх всіх чекає трибунал і майбутній «Нюрнберг»»* [3], *«Андрій Щекун: Боротьба триватиме до тих пір, доки Крим не буде повернуто до складу України»* [3] тощо.

Отже, інтерв'ю передбачає оперативний відгук на певні вагомні події, порушення актуальних тем, оцінку явищ, подій, фактів суспільного й особистого життя і часто використовується журналістами для подачі матеріалів на сторінках інформаційних агентств, у нашому випадку саме ІА «Укрінформ», «РБК-Україна» та «АрміяInform», для інших притаманна подача матеріалів у вигляді заміток.

Репортаж є одним із найскладніших інформаційних жанрів в групі оперативно-дослідницьких жанрів. Його завдання – подати «у формі емоційно-піднесеної розповіді учасника певної події, безпосереднього свідка якогось явища» [59, 72] інформацію про важливу суспільну, мистецьку чи літературну подію. Репортаж передбачає динамічне відтворення події, показ її найхарактерніших деталей, використання емоційної лексики, пожвавлення оповіді, використання діалогічного мовлення.

Укрінформ використовує репортаж як форму подачі інформації для висвітлення тих чи інших подій, наприклад: *«Бай-бай, Лозниця!»* [60], *«Три дні з друзинами та мамою захисників Маріуполя»* [60], *«Кам'янське:*

життя у «сірій зоні» [60], «Слава Богу, наші повернулися»: як Балаклія зустріла визволення» [60] тощо.

Для УНІАН характерні відеорепортажі з посиланням на ютуб-канал: «Камера тортур у Димері: репортаж ТСН із російської катівні» [61], «Життя серед руїн: як подружжя пенсіонерів живе на лінії фронту» [61] тощо.

Інформаційне агентство «Інтерфакс-Україна» репортажі за досліджуваний період не публікував.

Для РБК-України репортажі є поширеним жанром подачі інформації. Так, наприклад, зустрічаються такі матеріали: «Чому Заходу вигідно давати Україні зброю і коли запрацює ленд-ліз» [48], «Будемо їхати, скільки зможе поїзд». Репортаж з евакуаційного рейсу на Донбас» [48], «Готові зустрічати росіян, ласкаво просимо, перестріляємо всіх». Репортаж з військової Одеси» [48], «Окупанти ховались за нашими спинами»: репортаж зі звільнених Балаклії та Ізюма» тощо. Окрім цього, зафіксовано відеорепортаж – «Ракетний удар по Києву: репортаж з місця події» [48].

Інформаційне агентство «АрміяInform» репортажі для опису російсько-української війни публікує досить часто, вони навіть винесені в окрему категорію: «Сили оборони звільнили черговий населений пункт – село Дмитрівку» [3], «Звільнена після окупантів Буча» [3], «На півдні України морпихи тренуються бити окупантів на турецьких Кірпи» [3], «Рашисти «денаціоналізували» агрофірму, але фермери її відновлюють» [3], «Перед виходом з позицій ми розмінували мінні поля, познімали розтяжки та інші «сюрпризи» [3] тощо.

Отже, репортаж є одним із найпоширеніших жанрів на сторінках інформаційних агенцій, оскільки містить матеріали саме з місця події, де відчувається ефект присутності репортера, основне завдання якого справити емоційне враження, відтворити дійсність, побачену на місці подій та дати пережити все те, що відбувається на фронті.

Звіт належить до оперативно-дослідницьких інформаційних жанрів, становить собою «розповідь-повідомлення про важливі масові заходи і

передбачає належну повноту викладу матеріалу, використання яскравих деталей, показ життєвих ситуацій, оцінні судження, авторські узагальнення» [59, с. 41]. Звіти аналізованими інформантствами публікуються дуже рідко, наприклад, Укрінформ: *«Дефіцит держбюджету за п'ять місяців становив 263,2 мільярда — Мінфін»* [60], *«Міжнародні експерти: Депортація українців до росії є геноцидом»* [60], Інтерфакс-Україна: *«Звіт ЄС щодо виконання Україною Угоди про асоціацію: Попри труднощі, Україна зробила важливі кроки щодо реалізації своєї програми реформ»* [17], *«Благодійний фонд Ігоря Кононенка скерував близько 30 млн грн на потреби українських захисників – звіт фонду за 4 місяці»* [17] або АрміяInform: *«Війна, розв'язана РФ проти України, має характер геноциду – звіт експертів»* [3]. Це пов'язано зі складністю його структури та з аудиторією, для якої він розрахований.

Отже, жанрове наповнення інформаційних агентств тяжіє до інформаційних жанрів, а саме: замітки. Такий вибір зумовлений тим, що для публікації такого роду матеріалу від агенційників вимагається мінімальна затрата часу, і в результаті – максимально оперативне висвітлення подій російсько-української війни.

Під час висвітлення подій російсько-української війни думки експертів, уповноважених осіб, компетентних військових є дуже важливими для суспільства, тому аналітичні жанри на сьогодні є дуже популярними і займають вагоме місце на сторінках усіх без винятку аналізованих інформантств.

До аналітичних жанрів належать: стаття, кореспонденція, рецензія і огляд. Вони характеризуються такими ознаками: встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об'єднання їх в логічний ряд; узагальнення їх, зіставлення з іншими, встановлення зв'язку між ними; оцінка ситуації і явища; постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів; висловлення пропозицій про своє бачення розв'язання проблеми.

Стаття є найпоширенішим найважливішим аналітичним жанром

журналістики, що на підставі розгляду та зіставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно й глибоко, з науковою точністю трактує, осмислює й теоретично узагальнює проблеми соціальної дійсності. На думку О. Кузнєцової, «стаття – це загальна назва аналітичних публіцистичних матеріалів, де переважає дедуктивний метод відтворення думки» [2, 45]. Різновиди статті: передова (директивна), пропагандистська, науково-популярна, практико-аналітична, суспільно-дослідницька.

Укрінформ на відміну від інших аналізованих агентств найчастіше публікує аналітичні статті «*Викрадення українських дітей росією – свідчення геноциду української нації*» [60], «*Чому втрати рф у війні за різними джерелами відрізняються*» [60], «*Очі*» артилерії на підступах Запоріжжя» [60] тощо. Крім того, що статті часто публікуються інформагентством, кожного дня упродовж більш як 6 місяців війни, інформагентство висвітлює події, які відбулися за добу, у вигляді моніторингу, який містить такі рубрики: топ (5, 6, 7 тощо) цитат, важливих за день, бойові втрати (проілюстрована статистика втрат ворога за день), правда про війну, Україна, економіка, світ. допомога, санкції та ворог. Така подача матеріалу є дуже зручною і дає змогу читачам кожного дня мати повну картину того, що відбувається на фронті.

УНІАН для зручності користувачів виносить статті в окрему стрічку на головній сторінці, наприклад: «*Російський ядерний терор: чи можна створити безпечну зону на ЗАЕС*» [61], «*Розширення «імперії»: чи зможе Кремль провести «референдуми» на окупованих територіях*» [61], «*На «руській мір» тут не чекали: спогади жителів півдня Чернігівщини про окупацію*» [61] тощо. Аналітичні статті УНІАН найчастіше публікує не про війну, а про її наслідки для світу: економічні, політичні, екологічні тощо, де в основі таких матеріалів є думки кваліфікованих осіб у тій, чи іншій сфері.

Статей, що стосуються теми війни, на сторінках Інтерфаксу-України не виявлено, але є колонки, які містять думки експертів з того чи іншого питання, що безпосередньо пов'язане з війною чи її наслідками для

суспільства, наприклад: *«Сьогодні жодний забудовник не отримав дозвіл на участь в програмі «ЄОселя» з житловими проєктами, які будуються»* [17], *«Опалювальний сезон 2022: як забезпечити енергетичну децентралізацію шкіл та лікарень»* [17] тощо.

РБК-Україна: *«Україна йде за своїм. Як ЗСУ переходять від оборони в наступ»* [48], *«Як Росія намагається зірвати поставки зброї Україні і чому у неї нічого не вийде»* [48], *«Зовнішній фронт. Як українська дипломатія працює під час війни з Росією»* [48] тощо. Це інформгентство враховує інтереси аудиторії і для більш швидкого доступу виносить аналітику в окрему рубрику.

Для спеціалізованого ІА «АрміяInform» статті не характерні (окрім поодиноких випадків), оскільки основна функція агентства – оперативно висвітлювати події війни, раніше – те, що відбувалося в ООС.

За визначенням В. Ворошилова, кореспонденція – це жанр, в якому на конкретному матеріалі, взятому в порівняно неширокому масштабі, в аналітичному плані розробляється актуальна тема, вирішується певна проблема. Кореспонденція може бути інформаційною: це повідомлення зарубіжних кореспондентів, розповідь про нове явище, наукове відкриття, виробничий досвід. Вона нагадує розгорнуту замітку, але відрізняється від неї широтою охоплення матеріалу, ґрунтовним розвитком певної теми. Аналітична кореспонденція розкриває причини описуваного явища (ситуації, конфлікту). Найчастіше вона, на відміну від інформаційної, критичного плану. На основі аналізу фактів у матеріалі нерідко ставляться нові проблеми, висувуються для обговорення злободенні питання соціально-економічної чи політичної життя. Такі кореспонденції називають постановочними. Часом журналіст ніби разом із читачем аналізує, зіставляє, порівнює, оцінює цілий ряд фактів – так народжується кореспонденція-роздум [20].

Укрінформ: *«ЄСПЛ поновлює розгляд скарг, поданих проти України»* [60], *«Anonymous злили в мережу дані зі зламаного сервера центробанку»*

росії» [60], «ЄСПЛ призупиняє розгляд справ проти України» [60].

УНІАН: «Трагічна халатність чи провокація: які наслідки матиме вибух на виставці зброї в Чернігові» [61], «Хакери Anonymous «злили» базу Центробанку РФ і записали звернення до Путіна (відео)» [61].

АрміяInform: «Як кореспондентка АрміяInform у «бойових» стоматологів зуби лікувала» [3], «Військові кореспонденти АрміяInform поділилися досвідом із майбутніми журналістами» [3].

Інформагентствам «Інтерфакс-Україна» та «РБК-Україна» не притаманні матеріали в жанрі кореспонденції.

На думку В. Здоровеги, коментар є найлаконічнішим жанром. «Це роз'яснювальні або критичні міркування чи тлумачення подій і фактів громадського, наукового, політичного життя, пояснює зміст документа, події, місця твору» [30], – як зазначає І. Михайлин.

Для сучасних засобів масової комунікації оперативний коментар – це реакція на будь-яку подію суспільного, політичної й економічного життя. По оперативності дослідники журналістики навіть більше схильні віднести цей жанр до інформаційних, але по своєму змісті це все-таки аналітичний жанр. З його допомогою автор виражає своє відношення до актуальних подій, аналізує що відбувається й намагається спрогнозувати подальший розвиток ситуації.

Укрінформ: «Поки немає сенсу в переговорах та зустрічі Зеленського і путіна – ОП» [60], «У Херсоні – «приліт» в будівлю, де розміщувався «уряд» загарбників» [60], «Україна вітає рішення Комітету міністрів Ради Європи щодо відповідальності РФ за злочин агресії» [60] тощо.

УНІАН: «У переговорах Зеленського з Путіним в даний час немає сенсу – ОП» [61], «Військовий експерт пояснив, навіщо російських зеків посилають воювати в Україну (відео)» [61], «Гарантії безпеки України 2.0» [61] тощо.

Інтерфакс-Україна: «Слова Пристайка про те, що Україна нібито готова розглянути відмову від членства в НАТО, щоб уникнути війни з РФ, вирвані з контексту – МЗС» [17], «Кулеба: Робота президента на ГА ООН

підтвердила активну роль України на міжнародній арені» [17].

РБК-Україна: «Каміння не було. Були ракети»: реакція мережі на вибухи в Криму» [48], «Байрактар у справі: ЗСУ показали відео знищення пункту управління вогнем артилерії окупантів» [48].

АрміяInform: «Коментар Секретаря РНБО України Олексія Данілова в ефірі національного телемарафону» [3], «Російського солдата засуджено українським судом: коментар військового експерта» [3], «Україна більше не є пострадянською країною – Олексій Резніков» [3] тощо.

Отже, інформаційні агентства віддають перевагу інформаційним жанрам, оскільки для збору, обробки та публікації таких матеріалів, потрібно менше часу (наприклад, замітка). Це дає змогу максимально оперативно публікувати новини, висвітлюючи події, які відбуваються на фронті. Аналітичні жанри займають чільне місце серед публікацій інформаційних агентств. Аудиторія прагне отримати не лише опис подій, а й дати їм експертну, кваліфіковану оцінку щодо подій російського вторгнення.

2.2. Архітектоніка повідомлень ІА

Публікація матеріалів інформаційними агентствами світу та України вимагає дотримання журналістами певних стандартів побудови інформаційних повідомлень. Так, поглянувши на стрічку новин, одразу можна помітити, що новини там неоднакові. Одні великі, інші – короткі, в одних багато букв, в інших – одні цифри.

На сьогодні якому б інформаційному агентству не належало повідомлення, чи світовому, чи національному, його будова має бути витриманою і чіткою. Нагадаємо архітектоніку повідомлень і проілюструємо її прикладами аналізованих ІА. Так, відомо, що першою, факультативною, складовою новини є так званий слаглайн. Відповідно до «Reuters Style

Guide», слаг – це комбінація слів чи цифр, що є першим рядком будь-якого повідомлення, яке розміщене на стрічці. Слаг є індивідуальним ідентифікатором новини і протягом 24-годинного періоду не повинні з'являтися два повідомлення з однаковими слаглайнами. Під час аналізу стрічок новин інформагентств нами не було зафіксовано слаглайнів [70].

Обов'язковим елементом новини є дейтлайн, який коротко сповіщає аудиторію про те, звідки й коли надійшло повідомлення, а також додається назва агентства. Він не тільки дозволяє ідентифікувати, коли й де відбулася подія, а і у випадку, коли газета чи канал передплачують продукти кількох інформаційних агентств і отримують їх на одному екрані, дізнатися, яке агентство повідомило новину.

Дейтлайн присутній практично в усіх новинах аналізованих ІА, оскільки є основним компонентом і допомагає читачам розібратися в даті, часі й джерелі походження інформації. Наприклад, Укрінформ: «У Криму силовики затримали чоловіка, який намагався підпалити військкомат» (02.06.2022 17:15) [60], «ЗСУ тут, наш народ тут: Зеленський оприлюднив кадри зі своєю командою біля Офісу Президента» (Відео 03.06.2022 12:34) [60].

Для УНІАН характерним є вказування автора, часу, необхідного для ознайомлення з новиною та кількості переглядів: «Аналітики Bloomberg пояснили, чому дефолт Росії не закінчить війну» (Віолетта Орлова, 13:40, 03.06.22, 3 хв., 1770 переглядів) [61], «За 100 днів війська РФ не досягли жодної стратегічної мети в Україні – британська розвідка» (Григорій Бондар, 12:19, 03.06.22, 2 хв., 1462 перегляди) [61].

Дейтлайн в Інтерфаксу-України має таку структуру: час, дата, скільки часу необхідно для причитання матеріалу: «Українська ППО збила в Дніпропетровській області всі п'ять випущених ворогом крилатих ракет «Калібр»» (11:21, 03.09.2022, 1 хв.) [17], «Уночі окупанти обстріляли Нікополь і Марганець» (08:49, 03.09.2022, 1 хв.) [17], «ЗС України відбили атаки противника у напрямку Бахмутського, Кодеми, Зайцевого, Авдіївки, Мар'їнки та Времівки» (07:29, 03.09.2022, 3 хв.) [17] тощо.

Структура дейтлайну в РБК-Україна така: місто, день, дата, час – під хедлайном, автор – під фото, наприклад: *«Кількість постраждалих від обстрілу Миколаєва збільшилась»* (Миколаїв, субота 03 вересня 2022, 14:06) [48], *«У Мелітополі знову вибухи. Цього разу на аеродромі»* (Мелітополь, субота 03 вересня 2022, 17:11) [48], *«РФ намагається наступати на Бахмут та Авдіївку, всі атаки відбито: зведення Генштабу»* (Київ, субота 03 вересня 2022, 18:50) [48] тощо.

АрміяInform містить такі ж компоненти (крім ідентифікації автора), як і УНІАН, у складі дейтлайну: *«Офіційно: ЄС ухвалив шостий пакет санкцій проти РФ»* (Прочитаєте за: 3 хв. 3 Червня 2022, 12:00, переглядів 130) [3], *«МЗС України: За 100 днів війни кремль так і не досягнув головної мети – підкорення нашої країни»* (Прочитаєте за: 2 хв. 3 Червня 2022, 11:24, переглядів 84) [3].

Спільним для УНІАН та АрміяInform є розміщення дейтлайну посередині: після заголовку, перед фото, яке ілюструє подію, на відміну від Укрінформу, яке вміщує дейтлайн на фото разом із заголовком. Специфічним для Інтерфаксу-України та РБК-України є те, що в межах дейтлайну міститься стрічка з переходом до соціальних мереж, що є дуже зручним для користування. Ще одним обов'язковим елементом будь-якої новини є заголовок, або хедлайн. Його місце – перед дейтлайном. За визначенням Рейтер, заголовок – це рядок зверху над новиною, який говорить, про що йдеться [Рейтер] або Назва будь-якого твору, його частини, розділу або статті, повідомлення, назва газети, журналу і т. ін. [57]. Вимога ІА до заголовка така: він повинен бути не більше ніж 50-70 знаків і поміщатися на одному екранному рядку.

Укрінформ: *«В Україні хочуть створити єдиний реєстр дітей, зниклих безвісти або депортованих»* (70 знаків) [60], *«У Харкові відкрилася перша військова виставка-аукціон: кошти підуть на ЗСУ та лікування дітей»* (81 знак) [60], *«ЗСУ вже освоюють «Вовкодави» – британські бронемашини тактичної підтримки»* (65 знаків) [60]. У більшості заголовків дотримана

вимога щодо його обсягу.

УНІАН: *«Свідчення Медведчука проти Порошенка не вплинуть на справу щодо держзради»* (64 знаки) [61], *«Потужні протикорабельні ракети "Гарпун" дістають до Зміїного»* (54 знаки) [61], *«Опір в окупованому Мелітополі зростає: у місті вбито більше сотні загарбників»* (67 знаків) [61]. Отже, УНІАН чітко дотримується вимоги щодо обсягу заголовка.

Інтерфакс-Україна: *«МАГАТЕ рекомендує військовим РФ залишити кризовий центр ЗАЕС»* (60 знаків) [17], *«Від початку повномасштабного вторгнення в Україні в результаті обстрілу загинуло понад 7 тис. мирних жителів»* (108 знаків) [17], *«Протягом минулої доби окупанти обстріляли Миколаївський і Баштанський район Миколаєва, є постраждалий і руйнування»* (114 знаків) [17], *«На Донеччині окупанти вбили чотирьох мирних жителів і поранили десять людей»* (75 знаків) [17] тощо. Як видно з наведеного фактажу, то журналісти цього інформгентства не дотримуються вимог щодо стислості й лаконічності заголовка.

РБК-Україна: *«За добу на Донеччині загинули три людини, ще три поранені»* (59 знаків) [48], *«ЗС України знищено командно-спостережний пункт ворога в Снігурівці, понтонну переправу, три склади боєприпасів поблизу Козацького та два пункти боєпостачання»* (160 знаків) [48], *«Окупанти перекривали Керченський міст для вивезення своїх родин і нагробованого»* (79 знаків) [48], *«У Сумській області через обстріли виникла лісова пожежа»* (55 знаків) [48]. РБК-Україна також не витримує вимог щодо заголовків і подає їх більш розлогими, що не завжди є зручним для сприймання аудиторією.

АрміяInform: *«Службу в лавах ЗСУ, Нацгвардії, тероборони та інших підрозділах несуть більш як дві тисячі спортсменів»* (88 знаків) [3], *«Дезінформаційні вкиди від рф: про що говорить рупор кремля»* (50 знаків) [3], *«У прифронтовому госпіталі військові хірурги врятували життя захиснику з проникаючим пораненням серця»* (89 знаків) [3]. Відповідно до аналізу це ІА не дотримується вимог щодо обсягу заголовку, а подає його

більш розширеним, розгорнутим.

Найголовніша частина новини, її перший абзац, який містить основне повідомлення, називається лід і за обсягом має бути два-три рядки (не більше 35 слів), які передають ключову інформацію. Такий лід не відлякає читача своєю можливою складністю. Він має певну завершеність і може використовуватися самостійно, коли газети, радіо, телебачення чи інформаційне агентство цитують лише його, анонсуючи подію.

Укрінформ: *«Над Запоріжжям ППО збила ворожу ракету»* (Лід: Сьогодні вранці, 7 червня, протиповітряна оборона збила над Запоріжжям ракету) [60], *«У Відні пройшла виставка-аукціон на підтримку українок, постраждалих від агресії рф»* (Лід: У посольстві України у Відні відбулася благодійна виставка-аукціон «Руки для мами», кошти з якої підуть на протезування жінок, які втратили кінцівки внаслідок російської агресії в Україні) [60].

УНІАН: *«Українська авіація вдарила по росіянам на Миколаївщині та Херсонщині»* (Лід: Противник втратив понад 20 осіб та до 10 одиниць військової техніки) [61], *«Росія посилює ППО в окупованому Криму – Міноборони»* (Лід: Російські війська продовжують нарощувати протиповітряну оборону на північному заході тимчасово окупованого Криму) [61].

Інтерфакс-Україна: *«За добу на Харківщині одна загинула, вісім людей поранені – Синегубов»* (Лід: Минулої доби інтенсивного обстрілу російських окупаційних військ зазнали населені пункти Ізюмського, Чугуївського, Харківського та Богодухівського районів області, внаслідок чого одна жінка загинула, є поранені, повідомив голова ОВА Олег Синегубов) [17], *«Над Високопіллям Херсонської області піднято український прапор»* (Лід: Український прапор піднятий над смт Високопілля Бериславського району Херсонської області у неділю, повідомив заступник керівника Офісу президента України Кирило Тимошенко) [17], *«Ракетного удару по Харкову в неділю ввечері було завдано з Белгородської області»* (Лід: Ракетний удар,

завданий Харкову в неділю ввечері, за попередніми даними, був здійснений з території Белгородської області РФ, повідомляє пресслужба Харківської обласної прокуратури) [17] тощо.

РБК-Україна: *«У Херсонській області збили російську керовану ракету»* (Лід: Увечері 1 вересня 2022 року українські зенітники збили російську керовану ракету в Херсонській області) [48], *«Окупанти знову обстріляли евакуаційну колону у Василівці»* (Лід: Російські військові у середу, 31 серпня, в черговий раз обстріляли евакуаційну колону у Василівці Запорізької області) [48] тощо. Проте, найчастіше це ІА не дотримується вимог щодо ліду, наприклад: *«Росія перекидає свої війська, щоб посилити наступ на Донбасі, - Громов»* (Військове керівництво Росії перегруповує та перекидає війська на Донбас та в Запорізьку область. Таким чином окупанти посилюються, щоб відновити наступ) [48], *«Під Мелітополем досі вибухи на одному з російських складів, - мер»* (У результаті вчорашніх вибухів під Мелітополем досі чутна детонація на одному з російських складів боєприпасів) [48], у результаті чого сприймання новини є важким, оскільки для того, аби дізнатися найважливіше, необхідно прочитати все повідомлення до кінця і виявити головне.

АрміяInform: *«За добу російські війська на сході України обстріляли 32 населені пункти»* (Лід: За минулу добу, 4 червня, російські війська обстріляли 32 населених пункти Луганської і Донецької областей. Про це повідомляє пресслужба Угруповання Об'єднаних сил) [3], *«Ліквідовано бурята-«вагнерівця», який з 2014 року воював проти України»* (Лід: Українські захисники ліквідували найманця з ПВК «вагнера» володимира анданова, який воював проти України ще з 2014 року) [3].

У ліді зазначається «нове» висловлювання ньюзмейкера (групи людей, колективного органу, особи, уповноваженої заявляти від імені ньюзмейкера). Воно може подаватися як у вигляді цитати, так і спрощеного переказу [58, 120]. Наведемо приклади новин, де цитата використовується для того, щоб висловлена думка першоджерела була подана без змін і її смисл розкривався,

доповнювався в корпусі новини.

Укрінформ: *«Єрмак – про російський теракт в Оленівці: Світ має справу зі злочинцями»* («Оленівка. Акт тероризму росіян. Вони завдали по колонії, де утримувались полонені українські воїни, бійці «Азову», прицільного удару. А тепер намагаються брехати, звинувачуючи Україну. Особливо цинічно виглядає інформація про те, що жоден з представників колонії не постраждав», – констатував Єрмак) [60], *«У Туреччині заявили, що путінська пропозиція про безпілотники Bayraktar – не на порядку денному»* (Пропозиція президента рф володимира путіна про співпрацю щодо безпілотників Bayraktar, про яку раніше розповів президент Туреччини Реджеп Таїп Ердоган, зараз не на порядку денному. Про це сказав очільник директорату оборонної промисловості Туреччини Ісмаїл Демір, передає Укрінформ із посиланням на Hürriyet) [60].

УНІАН: *«Піонтковський заявив про розбіжності в бункері Путіна і боротьбу фашистських груп у Кремлі»* (Масове вбивство українських військовополонених у виправній колонії в окупованій Оленівці Донецької області – це наслідок боротьби різних фашистських груп у Кремлі. Таку думку висловив російський публіцист і опозиційний політик Андрій Піонтковський, передає 24 канал) [61].

Інтерфакс-Україна: *«Минулої доби в результаті обстрілів Донецької області загинули чотири людини, дві – поранені»* («За 3 вересня росіяни вбили 4 мирних жителів Донеччини: 2 у Великій Новосілці, 1 у Сіверську та 1 у Водяному. Ще 2 особи отримали поранення», - написав Кириленко у телеграм-канал) [17], *«У результаті обстрілу в Нікополі виведено з ладу лінію електропередач»* («У Нікополі сталася пожежа. Вогонь вже втихомирили. У місті понівечено 5 житлових будинків і кілька господарських будівель. Виведено з ладу лінію електропередач», - написав Резніченко в телеграм-каналі в неділю вранці) [17] тощо.

РБК-Україна: *«У Зеленського попросили жителів Криму почати підготовку до деокупації»* («Просимо жителів окупованих територій,

включаючи півострів Крим, стежити за оголошеннями органів влади щодо дотримання рекомендацій під час заходів з деокупації. Зокрема, вже зараз облаштувати укриття, застатися достатньою кількістю води та зарядити повербанки. Все буде Україна», - написав Подоляк) [48], *«Зеленський про візит МАГАТЕ на ЗАЕС: ми не почули головного»* («Ми зробили все, щоб МАГАТЕ отримало доступ до ЗАЕС, і я вважаю, що ця місія ще може зіграти свою роль. На жаль, ми не почули від МАГАТЕ головного – заклику Росії демілітаризувати станцію. Я сподіваюся, що місія виконає те, про що ми домовилися, і послужить інтересам всього міжнародного співтовариства», - заявив він) [48].

АрміяInform: *«Україна помститься за кожного загиблого чи скаліченого воїна – Валерій Залужний»* (росія – держава-терорист. Звірства росіян, які вони вчиняють з нашими військовополоненими, викликають лють. Ми помстимося за кожного загиблого чи скаліченого побратима. Про це заявив Головнокомандувач ЗСУ генерал Валерій Залужний у своєму Телеграм-каналі, прокоментувавши обстріли українських полонених військами рф у тимчасово окупованій Оленівці) [3].

Отже, цитата є головним елементом новин інформаційних агентств, оскільки саме інформація, отримана від першоджерела, змушує реципієнта довіряти інформації, опублікованій на сторінках ІА.

Слідом за лідом журналіст повинен повідомити подробиці того, про що йшлося у першому абзаці. Подробиці розташовуються в міру їх значимості, навіть якщо в реальному житті вони розташовувалися в іншому порядку.

Аналіз новин дає змогу стверджувати, що подробиці новини, розташовані слідом за лідом, можуть бути як розгорнутими, так і стислими. Приклади таких новин ми можемо спостерігати в усіх аналізованих інформантств. Новина вважається неповною, якщо вона не завершується довідковою інформацією про подію, так званім бекграундом. Бекграунди найчастіше бувають двох видів – статистичні та історичні. У ньому аудиторії подається історична або статистична інформація, яка дає змогу читачеві

зрозуміти й оцінити те, що відбувається. Часто тут викладають передісторію події або тло, на якому вона розвивалась, біографію особи, наводяться додаткові відомості про об'єкт, згаданий в новині. Мова беку – суха, притаманна для статистично-інформаційних довідок. Завдяки відомостям, які викладені у бекграунді, читач має можливість розширити і деталізувати уявлення про об'єкт інформування, оцінити значення поданої новини, передбачити її можливі наслідки [58, 44].

Укрінформ: *«Над Запоріжжям ППО збила ворожу ракету»* (Як повідомляв Укрінформ, російські війська тимчасово окупували близько 60% території Запорізької області, на частині території тривають бойові дії) [60]. УНІАН: *«Данілов відповів на погрози Путіна про удари «по тих об'єктах, по яких поки не наносили»»* (Нагадаємо, напередодні Путін в інтерв'ю російським пропагандистам заявив, що постачання Заходом зброї в Україну може «затягнути збройний конфлікт», а Росія нібито зробить відповідні висновки, якщо Захід буде поставляти Україні ракети дальньої дії) [61], *«На Харківщині росіяни мінують території у напрямку наступу ЗСУ»* (Раніше повідомлялося, що на харківському напрямку російські війська намагаються стримати просування українських підрозділів до держкордону і мінують місцевість) [61] тощо. Інтерфакс-Україна: *«Українська армія знищила два російських безпілотники та керовану ракету на півдні країни»* (Наголошується, що в небі над Миколаївщиною було збито керовану авіаційну ракету класу «повітря-поверхня» Х-59, випущену російським винищувачем) [17]. Бекграунд практично не притаманний повідомленням цього інформантства.

РБК-Україна: *«Путін має намір створити нові сили для наступу на Україну восени і взимку, – ISW»* (Нагадаємо, вчора під час відкритого уроку в Калінінграді російський президент назвав нову мету «спеціальної операції». За словами Путіна, на території України нібито створюється антиросійський анклав, який загрожує самій Росії) [48], *«Обстріли Донецької області: росіяни вбили ще чотирьох цивільних»* (Нагадаємо, вночі 2 вересня російські війська завдали чергового удару по Слов'янську. Ворожі ракети потрапили прямо в

дитячий садок. Від удару будівля зруйнована) [48] тощо. Це інформагентство чітко дотримується вимоги щодо бекграунду наприкінці повідомлення. Бекграунд, як складова частина новини, не характерна для АрміяInform: *«Ліквідовано бурята-«вагнерівця», який з 2014 року воював проти України»* [3]. Найчастіше нехтує загальноприйнятою структурою повідомлень ІА саме Інтерфакс-Україна та АрміяInform, наприклад: *«У районі Вірнопілля окупанти зазнали втрат»* [3], *«Окупанти продовжують наносити ракетні та авіаційні удари по цивільних та військових об'єктах»* [3] тощо, де заголовок, дейтлайн і лід становлять інформаційне повідомлення.

Отже, аналіз архітекtonіки повідомлень дає змогу стверджувати, що міжнародних стандартів публікації новин (слаглайн, дейтлайн, хедлайн, лід, саблід, бекграунд) дотримуються журналісти Укрінформ, УНІАН та РБК-Україна. АрміяInform та Інтерфакс-Україна, намагаючись якнайшвидше донести інформацію до аудиторії та витрачаючи для цього мінімум часу, висвітлюють події російсько-української війни переважно за допомогою дейтлайну, заголовку та ліду, де вміщують найголовніше, тобто те, що відбулося найближчим часом в Україні.

2.3. Використання новітніх сленгізмів-неологізмів під час висвітлення подій повномасштабної російсько-української війни

«російське вторгнення в Україну» (2022), «напад рф на Україну», «путін напав на Україну», «повномасштабна російсько-українська війна» – усі ці запити найчастіше трапляються у пошуковій мережі інтернет, починаючи з ранку 24 лютого 2022 року. Саме з цього дня російська федерація цинічно, жорстоко й безпринципно знищує українську воєнну та цивільну інфраструктуру, вбиває українських чоловіків, жінок та дітей, нищить усе, що має культурну та історичну цінність для українського суспільства.

Аналіз діяльності інформаційних агентств та публікація ними повідомлень, починаючи з повномасштабного вторгнення, дає змогу спостерігати тенденцію до зміни правил написання деяких власних назв, безпосередньо пов'язаних з російсько-українською війною, а також до появи нових слів для опису подій і явищ, які на сьогодні відбуваються в нашому суспільстві.

Так, Комісія з журналістської етики дала рекомендації щодо використання стилістично забарвленої лексики в журналістських матеріалах. Щодо термінів «рашизм», «рашисти» та похідних від цих слів, то в переважній більшості випадків ідеться про використання стилістично забарвлених синонімів до висловів «російсько-окупаційні війська», «російські загарбники», «військові країни-агресора» тощо. Використання таких слів у журналістському матеріалі жодним чином не дискримінує групу людей за національною ознакою. Йдеться не про приналежність до певної національності, а про приналежність до групи, яка є ворожою до українців, сповідує російсько-фашистську ідеологію та діє відповідно до неї [1].

На думку О. Авраменка, тенденція писати власні назви з маленької літери («Росія/росія», «Путін/путін») поширилася з початком широкомасштабного російського вторгнення, її підхопили навіть сайти органів української влади. Він зазначає: «Насправді правило таке є: прізвища людей та імена, які вживають зневажливо, пишуть з малої літери. І це правило давнє. Наприклад, гітлери, путіни ми можемо спокійно писати з малої літери, це відповідає вимогам чинного правопису. А щодо назви країни, цього немає в правописі, але за аналогією, зважаючи на ситуацію в країні, я вважаю, можна застосувати це правило і до неї» [1].

Проте існує й протилежна точка зору щодо цього питання. Так, частина представників комісії з журналістської етики (Тетяна Печончик, Сергій Гузь, Діана Дуцик, Сергій Томіленко та Світлана Остапа) зазначають, що слова на кшталт «Путін», «Росія» є власними назвами, а тому мають писатися з великої літери. Оскільки велика літера – це не знак поваги чи визнання, це

всього-на-всього ознака того, що слово є власною назвою.

Як зазначає УНІАН, навіть провідне австрійське інформгентство АРА опублікувало матеріал про те, як війна росії проти України вплинула на мовленнєві звороти в українському інформаційному середовищі – зокрема, найменування російських загарбників «рашистами» та «орками» і написання назви країни-агресора та її лідера з маленької букви [62].

Починаючи з 24 лютого 2022 року, журналісти використовують різну термінологію, яка описує війну росії проти України. Проілюструємо цю тезу прикладами новин інформгентств.

Укрінформ: «*Війна росії проти України* вимагає нової архітектури безпеки – Бербок» (20 квітня) [60], «*Війна росії* об'єднала європейців навколо підтримки України – фон дер Ляєн» (09 травня) [60], «Світовий банк попереджає про глобальну рецесію через *війну росії в Україні*» (26 травня) [60] тощо.

УНІАН: «У Молдові оголосили надзвичайний стан через *напад Росії на Україну*» (24 лютого) [61], «Суд у Гаазі озвучить рішення у справі про *напад Росії на Україну* 16-го березня» (15 березня) [61], «Історик Ярослав Грицак: чим має закінчитися *російсько-українська війна* – «Нічна варта»» (19 квітня) [61], «Зеленський вирушив до Запоріжжя вперше після *повномасштабного вторгнення РФ*» (06 червня) [61] тощо.

Інтерфакс-Україна: «*Російська війна проти України* та Європи розпочалася у Криму і закінчиться його звільненням – Зеленський» (09 серпня) [17], «*Українсько-російська війна* не може завершитися компромісом – Кучма» (04 серпня) [17], «З початку *російського вторгнення* в Україні загинули 103 дитини і понад 100 поранені – генпрокурор» (16 березня) [17], «*Повномасштабна агресія РФ* забрала життя 341 дитини в Україні, щонайменше 622 поранено - Офіс генпрокурора» [17] тощо.

РБК-Україна: «Путін офіційно оголосив про проведення *спецоперації проти України*» (24 лютого) [48], «*Напад РФ на Україну*. Загинули понад 40 людей і поранено кілька десятків» (24 лютого) [48] тощо.

АрміяInform: «Внаслідок *широкомасштабного вторгнення рф* в

Україні загинуло 3752 мирних жителів» (19 травня) [3], «Сімнадцять картин красномовно розповідають про жахіття, які принесла із собою *російська війна* в Україну» (22 травня) [3], «Війна, розв'язана рф проти України, має характер геноциду – звіт експертів» (28 травня) [3], «Війна в Україні у центрі уваги міжнародної спільноти» (07 червня) [3] тощо.

Отже, ми будемо дотримуватися думки О. Авраменка та, підтримуючи тенденцію, поширену в більшості ЗМІ та ІА, власні назви, пов'язані з російською агресією щодо України, писатимемо з малою літери. Стосовно термінології: конфлікт, спецоперація, як позиціонує рф, вторгнення, то ми застосовуватимемо термін «російсько-українська війна», адже інакше дії росії, яка щодня калічить і вбиває цивільне населення України і вщент руйнує українські міста, назвати не можна.

Продовжуючи тему мовностилістичного оформлення новин, зупинимося детально на новітніх неологізмах-сленгізмах, які збагатили українську мову військовою субстандартною лексикою.

Неологізми – це новостворені слова, значення слів, словосполучення, що з'явилися в мові й ще не перейшли до розряду загальноживаних. Загальна причина появи неологізмів полягає в необхідності давати назви тим новим явищам і поняттям, які з'являються у процесі неперервного розвитку людського суспільства. При цьому, якщо предмет чи поняття закріплюються в житті суспільства, то їхня назва з часом перестає сприйматися як нова й переходить до активної лексики [56].

Російська війна, яка почалася в 2014 році, сколихнула всі ЗМІ і завдала суттєвих зрушень у комунікативному середовищі України. Своєю загарбницькою політикою рф породила стимул до появи нових смислових конструкцій, які використовувалися до опису подій і ставлення українського народу до ворогів.

Події 2014 року внесли до скарбниці української мови такі слова, як «сепари» і «ватники», які стояли у витоків псевдореферендумів і були першими українськими колаборантами, яких, на жаль, так і не покарали за їхні

вчинки та дії. Однак і герої 2014 року також увійшли до мовного фонду рідної мови, як-от: «кіборги», воїни, які самовіддано захищали донецький аеропорт, «азовці» – для позначення наших героїв, які віддали життя за батьківщину.

Повномасштабна російсько-українська війна 2022 року призвела до того, що всі ЗМІ вибухнули своїм ставленням до того, що на сьогодні відбувається в Україні. Словниковий фонд мови і відповідно ЗМІ поповнився зневажливими словами, які описують злочинні російські окупаційні війська, що вдерлися в Україну: «орки», «русня», «ваньки», «свинособаки», «друга армія світу» тощо.

У Вікіпедії навіть з'явився термін «рашизм», який позначає ідеологію та практику войовничого російського шовінізму, що прагне до ліквідації української державності та знищення українців як нації; сучасний різновид нацизму [47]. Проте лексичний фонд поповнився й словами з позитивною семантикою. Як зазначає Т. Кремінь: «Наші ЗСУ і добровольці – взірець для всього світу. Вони – боги війни, справжні нащадки козаків-характерників. Їх не лякають ні «нулі» – лінія зіткнення з ворогом, ні «передок» – перша лінія оборони війська, ні «зеленка» – лісосмуга чи будь-яка інша лісиста місцевість, де розташувались військові підрозділи. Вони – захисники рідної держави, тому відчайдушно б'ються як на землі, на воді, так і в повітрі. Чого тільки варті «привид Києва» чи доблесні «Нептуні» – сучасні протикорабельні ракети, якими відправлено на дно морський крейсер «москва» [42].

Також автор зазначає, що визвольна війна в Україні впливає не лише на нашу лексику. Скажімо, і в англійському сленгу з'явилося нове дієслово *Ukrained* – «зукраїнити». Воно описує суть становища, в якому опинилася росія після нападу на Україну. Автори онлайн-словника англійського сленгу *Urban Dictionary* так описують суть нового слова: коли росія вдерлася до країни, а у відповідь отримала приниження на глобальному рівні. Приклад вживання: «росія була зукраїнена» [42].

Засоби масової інформації не залишилися осторонь і активно

застосовують у своїх публікаціях мовні нововведення, дотримуються політики написання усього, що стосується рф і її злочинних діянь проти українського народу, і пишуть з маленької літери.

Так, для позначення армії загарбників ЗМІ найчастіше використовують терміни «окупанти», «російські окупанти», «війська рф» тощо. Проте у матеріалах інформгентств функціонують і нові слова, які з приходом рашистів на нашу землю, увійшли до словникового складу української мови і мови ЗМІ відповідно.

Зупинимось на прикладах інформаційних агентств.

Укрінформ: «**Рашизм**: на порозі нової науки?» [60], «Пекельна кухня: як ЗСУ «смажать» **русню**» [60], «Чому путін набирає «**гарматне м'ясо**» в умовній «бурятії», а не в москві?» [60] тощо.

УНІАН: «**Вбивця-рашист** отримав довічне ув'язнення за свої злочини, але подав апеляцію» [61], «Як Джохар Дудаєв передбачив **рашизм** та яка роль Чечні в російсько-українській війні» [61], «У Києві стартувала вулична виставка про **рашизм**» [61], «Бої на південному фронті: по Миколаєву **орки** знову вгнали ракетами» [61], «Кіно, яке не подивляться **орки** - у Росії показують піратські фільми «загниваючого Запада» [61], «Росіяни воюють у стилі **орків**: експерт розповів, як здолати їх на полі бою» [61] тощо.

Інтерфакс-Україна: «Ткаченко: майже кожні дві хвилини в Україні знищується один **рашист**» [17], «В історії залишиться поняття «**рашизм**»» [17] тощо.

РБК-Україна: «Порошенко: сьогодні ми знову на передовій, і ми переможемо путінський **рашизм**» [48], «**Рашисти** інтенсивно застосовують авіацію для бомбардувань околиць Северодонецька, - Гайдай» [48], «У Мелітополі **рашисти** вирішили відкрити купальний сезон на «озері смерті»: зганяють туди дітей» [48], «Ми воїни, а не якийсь непотріб»: **орки** з «Володаря пернів» попросили не називати росіян «**орками**» [48], «Мама Лізи з Вінниці про загибель 4-річної доньки: «Хай кожна сльоза українця стане смертельним ядом для тисячі **орків**» [48], «Добрий день, чи вчать тут

вбивати **ру*ню?**»: аеророзвідник Павло про будні «на нулі», мрії і фронтовий гумор» [48] тощо.

АрміяInform: «Комісія ООН підтвердила, що **рашисти** скоювали воєнні злочини в Україні» [3], «**Рашистських танків помітно меншає, коли ми працюємо з нашою «Стугнуою»** – командир протитанкового взводу «Борода»» [3], «Під ним ми здобули незалежність, під ним й знищимо **рашизм!** – українські партизани на ТОТ» [3], «Професійна пропаганда і рабська ментальність — ось що зачало **рашизм** у росії» [3], «**Орки, варвари! Їм нема різниці, хто загине**» — місцеві мешканці прокоментували нічний обстріл Краматорська» [3], «Піски – чергова ганьба росармії, або Наздоганяйте свій корабель, **орки**» [3], «Мордор, **орки**, Саурон: рф і вигаданий світ Джона Толкіна» [3], «**«Друга армія світу»** продовжує втрачати техніку на території України» [3], «**Друга армія світу – перша по втратах: понад 1000 танків та 23800 солдатів**» [3], «Соледар: фронтове місто на Донеччині, опалене **«руським міром»**» [3] тощо.

У результаті аналізу можемо стверджувати, що інформаційні агентства використовують у своїх матеріалах неологізми, пов'язані з повномасштабною російсько-українською війною, для позначення загарбницької армії, яка прийшла знищувати український народ. Проте ІА застосовують і слова з позитивною семантикою для позначення явищ і подій, які чинять опір окупантам і звільняють нашу землю від рашистської навали.

Наприклад, Укрінформ: «Пентагон не вірить заявам про **«жест доброї волі»** рф, яка відступила від острова Зміїний» [60], «росія завжди применшує свої поразки, подаючи їх як **«жест доброї волі»** – Кулеба» [60], «У Відні з'явилося графіті **«Привид Києва»** до дня Повітряних сил України» [60], «Розстріляний Харків, **«кікімори»** для фронту й **«Привид Києва»**» [60] тощо.

УНІАН: «У Запорізькій області склад окупантів **«вийшов з чату»** (фото)» [61], «РФ зробить у Херсоні **«жест доброї волі»** і назве його передислокацією – експерт» [61], «РФ готова до нових **«жестів доброї волі»**, але з Кримом і Донбасом це не **«прокатить»** – експерт» [61],

«Волонтери відреагували на мобілізацію в РФ збором на дрони: нестимуть окупантам «квитки» **на концерт Кобзона**» [61], «Полковник сказав, скількох окупантів ЗСУ щодня відправляють на **«концерт Кобзона»**» [61] тощо.

РБК-Україна: «**Жест доброї волі**» не за горами? Російські командири масово тікають з Херсону» [48] тощо.

АрміяInform: «У нас снаряд попав, може, півтора **«двохсотих»** нашкребемо» — як у Святогірську орки просили про евакуацію» [3], «Під аргументами 122-го калібру окупанти здійснюють **«жест доброї волі»** набагато швидше» [3], «ЗСУ **«жестом доброї волі»** забрали покинуту техніку окупантів на Херсонщині» [3], «Повітряну оборону столиці охороняє **«Привид Києва»**»[3], «**Чорнобайти і відукраїнити: сленг війни шириться світом**» [3] тощо.

Інтерфакс-Україна найчастіше використовує загальноживану лексику.

Отже, мовностилістичне різноманіття лексики інформаційних повідомлень ІА свідчить про те, що всі вони на вимогу часу використовують новітні сленгізми-неологізми, пов'язані з воєнною тематикою. Найчастіше такі вислови притаманні АрміяInform, оскільки це агентство спеціалізується на воєнній тематиці і для підсилення ефекту і виклику емоцій у реципієнтів щодо злочинів РФ використовує такі нововведення, інші ІА – застосовують переважно загальноживану лексику для опису подій повномасштабної російсько-української війни.

2.4. Висвітлення новин у Telegram-каналах

На сьогодні донесення до людей важливої та об'єктивної інформації у будь-який зручний для них спосіб – це тенденція всіх без винятку ЗМІ, а також соціальних мереж та меседжерів. Telegram-канал є дуже популярним в Україні. Як зазначає Марія Леонова, «він є лаконічним, зручним у

використанні, а головне – там є ті, на кого ми орієнтуємося у подачі контенту. Це люди від 18 років з доступом до інтернету, які цікавляться суспільно-політичним життям та небайдужі до того, що насправді відбувається» [4]. Топові українські ЗМІ і інформаційні агентства вже давно користуються популярними сервісами для створення каналів та висвітленням інформації щохвилини.

Кожне аналізоване інформаційне агентство має свій Telegram-канал. Так, Укрінформ нараховує близько 30 тисяч підписників, УНІАН – близько 1млн, Інтерфакс-Україна – 3 тис, РБК-Україна – 68 тис, АрміяInform – 10 тис підписників. З наведеного вище можемо стверджувати, що телеграм-канал «УНІАН» є найбільш поширеним, популярним і має величезну кількість підписників.

Архітектоніка повідомлень у меседжерах відрізняється від новин, які публікуються на офіційних сторінках інформаційних агентств. Так, для Укрінформ характерною є подача інформації, яка складається з хедлайну та цитати експерта або авторитетного джерела: *«Ворожі дрони-камікадзе атакували центр Одеси»* [74] або *«У Мелітополі та Бердянську пролунали вибухи»* [74] (ДОДАТОК Е). Такі повідомлення найчастіше не супроводжуються ілюстрацією.

Схожу структуру + фото наведеної інформації часто можемо побачити в telegram-каналі «Укрінформ»: *«Повітряні сили Збройних сил України знищили російський вертоліт і штурмовик Су-25»* [74], *«У Слов'янську Донецької області продали пам'ятник російському революціонеру володиміру лєніну»* [74]. Крім цього, кожного дня подається інформація про втрати ворога на фронті і йде візуальне доповнення, наприклад: *«ЗСУ знищили вже близько 60430 російських загарбників»* [74] (ДОДАТОК Ж).

Загалом новини у Telegram-каналі оновлюються з періодичністю 30 хв – 1 година, лексика загальноживана, ілюстрації приблизно 1 з 4-5 новин.

Кожне повідомлення Telegram-каналу «УНІАН» підкріплене ілюстрацією, інформація оновлюється кожні 5 хвилин. Структура

повідомлень докорінно відрізняється від Укрінформ, тут відсутні цитати чи коментарі експертів, повідомлення містять заголовки, лід та бекграунд, наприклад: *«Мужчинам в РФ планируют запретить покидать страну после 28 сентября, но запрещают уже сейчас»* [75], або тільки лід та бекграунд (*В Херсоне произошло около 20 взрывов, активно работала руснявое ПВО. Местные паблики сообщают о попадании в Антоновский мост, которому снова резко поплохело. Ранее сообщалось, что оккупанты опять начали провозить по нему грузы на автомобилях*) [75]. Привертає увагу подача матеріалу та його мовностилістичне оформлення, наприклад: *«Хорошие новости с юга!»* [75], або *«РФ направляет новопривывших по мобилизации военных на линию соприкосновения без подготовки, сообщает Генштаб»* [75] тощо (ДОДАТОК З).

Матеріалів, які насичені новітніми словами, містять вульгаризми та жаргонізми, понад 80%, офіційний стиль та загальноживана лексика нехтуються журналістами телеграм-каналу УНІАНу, матеріал перенасичений сленгізмами, які виникли в результаті російської агресії. Такий стиль подачі інформації подобається аудиторії, зважаючи на 1 млн підписників.

Telegram-канал Інтерфаксу-України має традиційну для всіх повідомлень будову – це заголовок і лід, де коротко викладено суть повідомлення + фото, наприклад: *«ЄС має намір навчити до 15 тисяч українських солдатів найближчим часом»* [72] або *«За добу знищено 2 склади боєприпасів окупантів, 3 ЗРК та 2 об'єкти ППО, відбито атаки противника на 5 напрямках – Генштаб»* [72] тощо (ДОДАТОК К).

Інформація в Telegram-каналі оновлюється кожні 5-10 хвилин, зрідка публікуються матеріали російською мовою. Кожен заголовок – це гіперпосилання на офіційний сайт інформаційного агентства «Інтерфакс-Україна», що є дуже зручним для користувачів, які хочуть ознайомитися більш детально з матеріалами ІА.

Telegram-канал «РБК-Україна» переважно публікує, як і всі інші канали, заголовки і лід та ілюструє подію фото, наприклад: *«США*

планують передати Україні ще чотири HIMARS» [73], «На Запорізькому напрямку спецпризначенці СБУ збили російський вертоліт Ка-52» [73] тощо (ДОДАТОК Л).

Телеграм-канал «АрміяInform» за добу публікує до 10 новин, серед яких є постійні рубрики: «Втрати окупанта» та «Рекомендуємо почитати», де в останній зроблено акцент на повних, розширених публікаціях на самому сайті ІА. Для іншої інформації характерна подача лише ліду, наприклад: «Нічний ракетний удар по Краматорську, знову приватний сектор. Вже відомо про 2 поранених. Пошкоджено будинки та школу...» [71], «В білорусі готують місця для розміщення 20 тисяч мобілізованих із рф. Вони мають поповнити дислоковані в білорусі підрозділи зс рф. В результаті поповнення, співвідношення «досвідчених» та «молодих» військових має скласти 1 до 5» [71] тощо (ДОДАТОК М).

Для всіх агентств у Telegram-каналі жанр блискавки є дуже популярним, оскільки дає можливість аудиторії одразу отримувати інформацію про ті чи інші події, наприклад: сигнал повітряної тривоги і як наслідок влучання російських ракет по об'єктам цивільної та критичної інфраструктури. Така інформація висвітлюється миттєво, пізніше – конкретизується, проте зафіксовані випадки, коли швидко опублікована інформація спростовується, оскільки не була перевірена перед оперативним оприлюдненням.

Отже, повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України знайшло своє відображення у соціальних мережах та меседжерах, які з перших днів війни почали активно висвітлювати воєнні події. На сьогодні кожне з досліджуваних ІА має сторінку в Telegram-каналі, де враховуючи інтереси аудиторії, оперативно, стисло й лаконічно, найчастіше – з ілюстраціями, оприлюднюються події війни.

РОЗДІЛ 3

ІНФОРМАЦІЙНА НАСИЧЕНІСТЬ ПОВІДОМЛЕНЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ НОВИНИХ АГЕНТСТВ (НА ПРИКЛАДІ ІА «АРМІЯІNFORM»)

Роль і значення спеціалізованих інформаційних агентств сьогодні безсумнівно є значущою, особливо коли йде мова про потреби суспільства максимально оперативно отримувати повноцінну, якісну, актуальну інформацію щодо російсько-української війни. Ураховуючи реалії сьогодення, АрміяInform зайняло вагоме місце серед ЗМІ, яким довіряє аудиторія і яке впливає на суспільну свідомість. Якщо раніше, починаючи з 2018 року, агентство висвітлювало події Операції об'єднаних сил на сході України, то сьогодні воно користується популярністю серед читачів, містить свою аудиторію, воєнкорів та залучає до співпраці компетентних осіб, які мають відношення до воєнної справи, що позитивно позначається на якості публікацій.

Аналізованому інформагентству притаманна конвергентність, що дає можливість не тільки читати матеріали на офіційному сайті, соціальних мережах і меседжерах, а й слухати, бо мають радіохвилю, та переглядати сюжети на YouTube. Інформаційна насиченість агентства дає змогу йому конкурувати в сучасному медійному просторі і мати свою численну аудиторію.

Спеціалізоване агентство «АрміяInform» заслуговує на детальний аналіз, оскільки спеціалізується на воєнній тематиці, є авторитетним джерелом розповсюдження інформації щодо подій, які відбуваються на фронті. Рубрикація агентства є актуальною і містить такі складові: «#STOPRUSSIA», «#ХАРКІВСЬКИЙ_ТРИБУНАЛ», «#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ», «#ДЕОКУПАЦІЯ».

Під позначкою «#STOPRUSSIA» міститься найактуальніша інформація

щодо війни, події висвітлюються на головній сторінці і дублюються в цій рубриці: *«США допоможуть Україні захистити критичну інфраструктуру – Ентоні Блінкен»* [3], *«росія думала, що вона країна із суперсилою, бо в неї ядерна зброя. Але виявилось, що суперсила України – «ядерно»-демократичне суспільство»* [3], *«Сили оборони України уразили близько двох десятків районів зосередження противника»* [3] тощо.

Під хештегом *«#ХАРКІВСЬКИЙ_Трибунал»* висвітлюються події, пов'язані зі злочинними діями російської армії щодо українського народу, а також з нанесенням шкоди цивільній інфраструктурі України, наприклад: *«росіяни завдали ракетного удару по Дружківці – влучили в зелену зону, обійшлося без жертв і руйнувань»* [3], *«По Запорізькому району росармія завдала удару ракетами С-300»* [3], *«На Сумщині армія рф обстріляла 5 прикордонних громад»* [3] тощо.

У рубриці *«#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ»* інформгентство публікує інформації щодо героїчних подвигів наших воїнів, які кожного дня віддають свої власні життя заради майбутнього нашої країни та наших дітей: *«Врятував життя побратима, але сам зазнав смертельних осколкових поранень...»* [3], *«На день народження його чекала вся родина, але він пішов у вічний політ...»* [3], *«Закодовані в нас імена, і обличчя ховає тінь. Ми таємно кладемо за Країну життя...»* [3] тощо.

У рубриці *«#ДЕОКУПАЦІЯ»* аудиторія може знайти для себе корисну інформацію стосовно відновлення українських міст після перемоги в російсько-українській війні, інвестування різних країн у відбудову України, повернення до міжнародно затверджених українських кордонів 1991 року, наприклад: *«ООН розглядає проєкт резолюції щодо мілітаризації Криму Росією»* [3], *«Що буде з кримським майном окупантів після нашої Перемоги?»* [3], *«Деокупація Криму залишатиметься на порядку денному політичного та експертного діалогу Україна-ЄС до повного відновлення територіальної цілісності України»* [3] тощо.

Категорія *«ВІДЕО»* містить відеодайджести, брифінги, а також усі

відеоматеріали, які є наочними доказами російських злочинів проти української нації: *«Віри про «Залізного Генерала», що впевнено веде наше військо до перемоги»* [3], *«Коротко. Війна. День 261. Відеодайджест»* [3], *«Брифінг: Міжнародна підтримка України під час війни»* [3] тощо.

Отже, з проаналізованого вище можемо підсумувати, що агентство не використовує традиційний поділ матеріалу на рубрики, а містить своєрідні позначки та категорії, у межах яких відбувається структурування матеріалу.

Щодо головної сторінки АрміяInform, то агенційники тут органічно поєднують конвергентність та мультимедійність з традиційною подачею інформації. Так, стрічка новин містить найактуальнішу інформацію, наприклад: *«Глава держави: Спинятися не можна. Маємо продовжувати боротьбу»* [3] (ДОДАТОК Н).

Розглянемо детальніше структурування матеріалу на головній сторінці аналізованого інформагентства. Так, у категорії «ПУБЛІКАЦІЇ» агентство розміщує інформацію різних жанрів, наприклад: репортажі, оскільки цей жанр є популярним для АрміяInform, періодичність яких 2 і більше за добу, що не є характерним для більшості ІА. Цей жанр є надзвичайно складним в умовах війни, оскільки вимагає ефекту присутності, що не завжди є можливим і безпечним для репортерів. Проаналізувавши їх, можна помітити, що всі репортажі побудовані на фіксації подій через людей, не «безликих» героїв, а конкретних людей, воїнів, жертв війни тощо, наприклад: *«У повітрі атмосфера свободи та радості: Херсон після звільнення від окупантів»* [3], *«Як «янголи в білих халатах» окремої танкової Залізної бригади рятують життя українських бійців та цивільних»* [3] та інтерв'ю: *«Головне вчасно отримати якісну розвідувальну інформацію та не дати ворогу закріпитися», – командир танкового взводу»* [3], *«За одне з селищ мій розрахунок вів бій двадцять п'ять годин та випустив по ворогу близько ста снарядів» — артилерист Сергій»* [3] тощо.

Після переходу з головної сторінки безпосередньо до публікації, кожна сторінка містить стандартну інформацію, розміщену праворуч: *«Захищаємо*

світ», де кожного дня оновлюється відлік героїчної боротьби нашого народу з рашистами, а також «Гаряча лінія» для окупантів з метою повідомити їх контакти для здачі в полон тих, хто хоче врятувати своє життя. Крім цього, на сторінці міститься категорія «ВТРАТИ ВОРОГА», де через гіперпосилання реципієнт може перейти і ознайомитися детально з інформацією щодо втрат ворога, як особового складу, так і загарбницької техніки, наприклад: *«За добу ЗСУ ліквідували 810 окупантів та 24 танки»* [3] (ДОДАТОК П).

Під позначкою «РОСІЙСЬКІ ФЕЙКИ» читач може ознайомитися з інформацією стосовно поширення росією чергової дезінформації з метою внести паніку і дезінформувати наше суспільство. Така інформація потребує детального аналізу та критичного ставлення до неї кожної людини, оскільки неправильне її сприйняття може бути використаним противником для досягнення його мети. Наведемо найяскравіші приклади та проілюструємо їх: *«З наближенням зими росіяни вигадують нові безглузді фейки»* [3], або *«Основні наративи, які сьогодні просувають російські ЗМІ»* [3], або *«окупанти брешуть, що українські воїни застрелили мирних жителів, збиваючи іранські дрони»* [3] тощо (ДОДАТОК Р).

Позначка «ХРОНІКА ОБОРОНИ» висвітлює всі просування та досягнення Збройних сил України з метою визволення українських територій від рашистської навали: *«Під ураження української авіації потрапили 13 районів зосередження особового складу ворога»* [3], *«На Херсонщині тривають заходи з виявлення та знищення противника – ОК «Південь»»* [3], *«Сили оборони продовжують звільнення українських земель на Херсонському напрямку – ГШ ЗСУ»* [3] тощо.

Категорія «РЕПОРТАЖ» містить повідомлення з місця події, де відчувається присутність репортера і його ставлення до описаної ситуації, наприклад: *«Батьки Білгород-Дністровщини зустріли своїх синів із полону»* [3], *«Рашисти «денаціоналізували» агрофірму, але фермери її відновлюють»* [3], *«Один день із життя саперів на Харківщині: фоторепортаж»* [3] тощо.

Категорія «АКТУАЛЬНА ТЕМА», де назва говорить сама за себе, уміщує найактуальнішу інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни, як-от: *«Ядерний маразм» російського агресора* [3], *«росіяни у разі втечі з Херсона будуть намагатися обстрілювати місто – Петро Черник»* [3], *«Чи здатна росія завдавати прицільних точкових ударів по Україні»* [3] тощо.

Категорія «ОЗБРОЄННЯ ТА ТЕХНІКА» тримає аудиторію в курсі всіх поставок військової техніки від міжнародних партнерів з метою боротьби проти рашистської навали, наприклад: *«Яка дальність іранських балістичних ракет, що може закупити росія»* [3], *«Лазерні комплекси Silent Hunter проти іранських дронів Shahed»* [3], *«Французька гармата TRF1 здатна знищувати цілі на відстані 30 км»* [3] тощо.

Після переходу за посиланням «Крах російської економіки» зупиняємося на позначці «ЕКОНОМІКА РФ», де всі матеріали присвячені ситуації в рф після її цинічного нападу на Україну і описується, як це вплинуло на економіку всередину країни, як-от: *«У росії почали «сипатися» літаки: наслідки санкцій наздогнали цивільну авіацію»* [3], *«Наслідки мобілізації будуть катастрофічними — професор»* [3], *«Військово-промисловий комплекс росії деградує»* [3] тощо. Аналіз публікацій дає змогу стверджувати, що наближається крах економіки на росії.

Посилання «Світ підтримує Україну» дає нам перехід до позначки «ДОПОМОГА ПАРТНЕРІВ», де викладені матеріали, які підтверджують тезу, що весь світ допомагає Україні в цій цинічній, несправедливій війні, наприклад: *«Єврокомісія підтвердила намір надати Україні 18 млрд євро наступного року»* [3], *«Україна високо цінує вашу підтримку! – Олексій Резніков подякував Нідерландам»* [3], *«Як світ продовжує підтримувати Україну»* [3] тощо. Публікації, що містять таку інформацію, дають 100% надію на нашу якнайшвидшу перемогу і допомогу у відбудові нашої країни.

Позначка «НАЦІОНАЛЬНИЙ СПРОТИВ» висвітлює неймовірні історії українців, свідомість яких змінила війна, де кожен бере участь у визволенні і

кожного дня наближає нашу перемогу: одні на полі бою, інші – тримають культурний, економічний, обороноздатний, інформаційний фронт тощо, наприклад: *«Українські танкісти вчаться стріляти з трофейних танків»* [3], *«Як директор спортивної школи став на захист Батьківщини»* [3], *«Як командир бойової «квітки» нищить ворогів на південному напрямку»* [3] тощо.

Позначка *«ДУТА ВЕЛИЧ РОСАРМІЇ»* вміщує матеріали, зміст яких містить абсурдну інформацію для цивілізованого суспільства, але на росії такі новини сприймаються як такі, які мають місце бути, наприклад: *«росармія – найбільший постачальник озброєння для ЗСУ»* [3], *«На росії спробували мобілізувати загиблого матроса з крейсера «москва»»* [3], *«кремль офіційно визнав невиконання однієї із цілей «спецоперації»»* [3] тощо.

Позначка *«УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД НЕПЕРЕМОЖНИЙ»* доводить тезу, що українці – непереможні. Матеріали висвітлюють події, де кожен не стоїть осторонь і докладає максимум зусиль для наближення перемоги, як-от: *«Херсон – це Україна. Укрпошта запустила першу марку, присвячену містунгерю»* [3], *«На Рівненщині виробляють унікальні зарядні пристрої для потреб ЗСУ»* [3], *«У Львові можна «поробити» путіну із користю для ЗСУ!»* [3] тощо.

Праворуч на головній сторінці міститься вкладка «Блог», де за гіперпосиланням відкривається категорія «BLOGGER POOL», наприклад: *«Севастополь – місто російських міфів»* [3], *«Як відбувається сталінізація путіна»* [3], *«Майбутнього в росії більше немає»* [3] тощо.

Категорія «ІНТЕРВ'Ю» містить інтерв'ю з експертами, фахівцями у военній галузі, які надають кваліфіковану інформацію щодо тих чи інших подій на фронті: *«Ми повинні були зосередити на собі зусилля ворога, аби інші підрозділи прорвали його оборону»* [3], *«Заяви про «брудну бомбу» – інформаційно-психологічна атака росії – Роман Безсмертний»* [3], *«путін торує шлях Гітлера і історично, і ментально – генерал-лейтенант Сергій Корнійчук»* [3] тощо.

Окремо винесена категорія «РЕГІОНИ», де розміщена інформація щодо ситуації в регіонах, а саме: як війна змінила життя кожного жителя країни, яких руйнувань зазнають населені пункти, а також героїчний спротив нашого народу і неоціненна допомога Збройним силам України, наприклад: *«Школярі Львівщини провели ярмарок на підтримку ЗСУ»* [3], *«У Полтаві створили мурал на честь оборонця «Азовсталі» Героя України Сергія Волінського»* [3], *«Маріупольці виготовили для українських захисників обереги та листівки»* [3] тощо.

Привертає увагу позначка «УКРАЇНСЬКИЙ ГУМОР», де наведені карикатури чинному режиму РФ, нашій перевазі над «второю армією міра». Ця рубрика доводить, що український народ неможливо перемогти (ДОДАТОК С).

Категорія «LIFE STORY» публікує біографію та розповідає про життя відважних героїв, які на наших очах творять історію: *«Російські військові – жорстокі та цинічні терористи, які не шкодують нікого» – розповідь військового сапера»* [3], *«Як 21-річний Михайло нищить ворога на Херсонщині»* [3], *«Наша нестандартність дій ввела противника в оману, а згодом у розпач» – артилерист Ілля»* [3] тощо.

І остання категорія «СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ» повідомляє аудиторію про різні події та заходи, які регулюють життя цивільних громадян в умовах війни, зміни в законодавстві щодо забезпечення захисту населення у воєнний час, наприклад: *«Внесено зміни в Постанову про соціальну та професійну адаптацію ветеранів війни»* [3], *«Чи залишаються виплати для ВПО з деокупованих територій»* [3], *«Звільненим з полону оборонцям гарантуються соцзахист та підтримка»* [3] тощо.

Дотримання інформаційними агентствами вимог до матеріалів інформаційних жанрів є одними з пріоритетних у їхній діяльності. Це інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність, стислість, лаконізм, виразність, простота, ясність, декодованість та релевантність.

Так, на думку Г. Назаренко [36, 10-13] простота, ясність, декодованість – це доступність суті повідомлення для аудиторії. О. Лащук виділяє три аспекти декодованості: необхідність урахування словникового запасу (тезаурусу) отримувачів новинного повідомлення; орієнтація на їхній емоційний досвід, з метою викликати бажаний емоційний відгук, уникнути негативної реакції; посилення на знання, які є в отримувачів повідомлення, – історичні, географічні, політичні тощо, а також на їхні логічні здібності [26]. Отже, декодованість можна розуміти дуже широко – не тільки як відмову від використання невідомих читачеві слів (адже і зрозумілими словами можна говорити заплутано), а й як забезпечення адекватного і легкого сприйняття інформації: у композиції, логіці, стилістиці.

Так, повідомлення інформаційного агентства розраховані на підготовлену аудиторію, яка має певні знання у воєнній та оборонній галузях, такі новини є цікавими і користуються популярністю в обмеженого кола осіб. Проте в умовах війни, коли кожен пересічний громадянин бажає знати все, що відбувається на фронті, аудиторія АрміяInform розширилася. Перед агенційниками постало завдання в доступній формі доносити інформацію до своїх читачів. Аналіз повідомлень дає змогу стверджувати, що вони написані доступною, простою мовою, переважає загальноживана лексика, проте все частіше застосовуються неологізми, які є зрозумілими для аудиторії.

Наведемо приклади таких повідомлень, які викликають емоційне піднесення, віру в перемогу і закінчення цієї жорстокої і несправедливої війни: *«Президент України прокоментував резолюцію Генасамблеї ООН щодо російських репарацій»*: «Від визвольної перемоги в Херсоні до дипломатичної перемоги у Нью-Йорку – Генасамблея ООН щойно дала зелене світло створенню компенсаційного механізму за російські злочини в Україні. Агресор заплатить за скоєне!», – зазначив Володимир Зеленський у своєму дописі» [3], *«Міністр оборони України: Гідність все ще існує, хоробрість не зникла, усе ще є надія на справедливість»*: «На жаль, вона показала, що геноцид і спонсорований державою тероризм не були

викорінені. Водночас стало зрозумілим, що гідність все ще існує, що хоробрість не зникла і що все ще є надія на справедливість», – зазначив Олексій Резніков» [3], *«РНБО попередила херсонських колаборантів про відповідальність перед законом»*: «Він також зауважив, що частину військових «росія забула» на правобережжі Херсона, тому вони перевдягаються, щоб «розчинитися» з-поміж цивільного населення, намагаючись уникнути відповідальності за свої дії. У зв'язку з цим у Херсоні працюють спецслужби, які проводять відповідну перевірки» [3] тощо.

Складна лексика, незрозумілі загалу терміни практично не використовуються інформаційним агентством, окрім тих, що безпосередньо пов'язані з війною. Така злагоджена робота агенційників, яка враховує інтереси аудиторії, є результативною, зрозумілою і досягає поставлених цілей – донесення до загалу життєво необхідної інформації щодо російсько-української війни, розширення аудиторії інформантства і його впливу на суспільну думку.

Релевантність – відповідність інтересам аудиторії. Як зазначає О. Лацук, під релевантністю матеріалів інформаційних агентств передусім треба розуміти не «видовищність» і «розважальність», а важливість, значущість, «солідність» того або іншого повідомлення [26]. Дослідниця наголошує, що саме з цих міркувань відбувається відбір новинної інформації в агентствах: повідомлення про цікаві, але нерелевантні події публікуються значно рідше, ніж про не такі цікаві, але значущі [26].

Щодо релевантності повідомлень АрміяInform, то можна стверджувати, що всі вони є важливими, значущими й оперативними, оскільки слідкують за подіями на фронті і максимально швидко доносять новини до аудиторії. На сторінках агентства відсутня нерелевантна інформація, оскільки воно не тільки поширює інформацію, але і є джерелом інформації для ЗМІ, де містить думки експертів, уповноважених осіб, погляди яких є авторитетними і впливають на прийняття важливих рішень в суспільстві, наприклад: *«Деокуповані території мають бути підключені до державних реєстрів —*

Ірина Верещук» [3], «Повітряні Сили ЗСУ посилюватимуть роботу ППО на звільненій Херсонщині» [3], «Росіяни мають дефіцит боєприпасів» – військовослужбовці Залізної бригади» [3] тощо.

Щодо оригінальності подачі повідомлень інформантства, то можемо відмітити, що воно єдине має зворотній зв'язок. Тобто після кожної новини містяться коментарі, що дають змогу спілкуватися з читачами, отримувати від них повідомлення, розуміти настрій аудиторії: *«Денацифікацію» замінили на «десатанізацію»: науковець пояснив, навіщо росіяни це зробили» [3]. Проте не завжди коментарі – це добре, іноді люди просто користуються можливістю і пишуть різні нісенітниці тим самим змушують агенції реагувати на дописи і видаляти їх, наприклад: «Під час відступу ворог залишив мало складів, тому що вони були знищені раніше» [3] (ДОДАТОК Т).*

Агенційники АрміяInform дотримуються всіх вимог до публікації інформаційних жанрів, їхні матеріали характеризуються оперативністю, актуальністю, лаконічністю, простотою, декодованістю та релевантністю, що дає змогу читачам без перешкод сприймати і розуміти інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни.

Отже, проаналізувавши структуру розміщення матеріалу інформаційного агентства, можемо стверджувати, що на відміну від досліджуваних універсальних агентств, АрміяInform викладає і рубрикує матеріали за категоріями та позначками, де для зручності реципієнтів найважливіші категорії дублюються на головній сторінці ІА.

Інформаційна насиченість матеріалів свідчить про те, що агенційниками докладається максимум зусиль для надання аудиторії, а також іншим ЗМІ, достовірної, кваліфікованої, повноцінної інформації щодо подій повномасштабної війни. Аналіз новин дає змогу стверджувати, що насиченість матеріалів аудіо та відео свідчить про конвергентність та мультимедійність як невід'ємні складові сучасних ЗМІ.

ВИСНОВКИ

У роботі шляхом описового та зіставного підходу проаналізованого особливості висвітлення новин вітчизняними інформаційними агентствами, починаючи з повномасштабної російсько-української війни. У результаті проведеного дослідження зроблено такі висновки.

На сьогодні інформаційні агентства в Україні перетворилися із «посередників» між ЗМІ та споживачем на повноцінні самостійні засоби масової інформації, які мають власну редакційну політику і стандарти. Про це свідчить широке використання їхніх інформаційних продуктів українською аудиторією, яка, перебуваючи в стані війни, вимагає від сучасних ЗМІ, у тому числі інформагентств, максимально оперативної та достовірної інформації щодо того, що відбувається на фронті.

Історія зародження вітчизняної агенційної журналістики має більш як столітню історію. У процесі своєї діяльності інформаційні агентства орієнтуються на світові, проте виконують свою специфічну функцію – повідомляють світ про події в Україні, знайомлять з нашими національними надбаннями, звичаями та традиціями, а на сьогодні – висвітлюють події російсько-української війни, показують міжнародній спільноті злочинні дії РФ проти українського народу.

Діяльність інформагентств характеризується економічними чинниками, конкурентним середовищем та інтересами споживачів. Перехід на комерційну журналістику після 1991 року, і, як наслідок, поява приватних ІА, свідчить про динаміку й еволюцію розвитку українських агенцій. Поява інтернету дала змогу розширити можливості роботи інформаційних агентств та сфери їхнього впливу. На сьогодні всі вони мають сторінки у соціальних мережах та меседжерах, тому в користувачів є можливість швидко й оперативно отримувати інформацію від медіа. Сучасним ІА притаманна конвергентність, що дає їм змогу охоплювати максимум аудиторії (ураховуючи вікові, соціальні, фізіологічні потреби) і змогу конкурувати в

сучасному медіапросторі.

Проаналізувавши інформаційні жанри новин досліджуваних інформгентств, можна стверджувати, що журналісти найчастіше публікують замітки, оскільки основне їхнє завдання – максимально оперативно надати інформацію про події війни. Рідше публікуються інтерв'ю, які майже в кожного ІА, крім УНІАН, винесені в окрему рубрику і містять важливий матеріал, де висвітлені думки експертів, компетентних уповноважених осіб щодо російської агресії. Репортажі також зустрічаються часто, оскільки цей жанр вимагає ефекту присутності репортера, основне завдання якого відтворити дійсність, побачену на місці подій та дати пережити все те, що відбувається на фронті, звіти – практично не використовуються журналістами-агенційниками для висвітлення подій повномасштабного вторгнення рф. Також варто відзначити чільне місце аналітичних жанрів на сторінках інформгентств, оскільки думки експертів, аналіз, моніторинг подій містить дуже важливу інформацію і складає ту новинну картину світу, яку сприймає і якій довіряє аудиторія.

Використання українськими інформаційними агентствами надбань світової агенційної журналістики, зокрема, дотримання ними композиційних стандартів, створює передумови для використання їхніх матеріалів зарубіжними споживачами і переходом вітчизняних ІА на один рівень зі світовими. Так, міжнародних стандартів публікації новин (слаглайн, дейтлайн, хедлайн, лід, саблід, бекграунд) дотримуються Укрінформ, УНІАН та РБК-Україна. АрміяInform та Інтерфакс-Україна, намагаючись якнайшвидше донести інформацію до аудиторії та витрачаючи для цього мінімум часу, часто нехтують загальноновизнаними стандартами побудови повідомлень ІА.

За дев'ять місяців повномасштабних воєнних дій на території України українська лексика наповнилася великою кількістю нових слів, що характеризуються новизною, унікальністю змісту та форми і викликають зацікавлення у мас. Така лексика набула широкого вжитку не тільки в побуті,

але й активно використовуються у ЗМІ. Частіше за все, неологізми цієї тематики походять від назв воєнної техніки, прізвищ відомих політиків або від їх публічних висловлювань. Через незвичайну подачу та інтерпретацію деякі з них стали відомими на весь світ. Найчастіше такі вислови присутні на сторінках АрміяInform, оскільки це агентство повністю орієнтоване на висвітлення воєнних подій, а новітні слова застосовуються ним з метою підсилення ефекту, надання описаній події більшої (найчастіше меншої) значущості, оскільки більшість неологізмів пов'язані саме з «второю армією міра» і її злочинними діями, а також порушеннями неї всіх законів та звичаїв війни. Інші ІА – використовують переважно загальноживану лексику для опису подій російсько-української війни.

Повномасштабне вторгнення російської федерації на територію України знайшло своє відображення у соціальних мережах та меседжерах, які з перших днів війни почали активно висвітлювати воєнні події. На сьогодні кожне з досліджуваних ІА має свою аудиторію в Telegram-каналах, де оперативно, стисло й лаконічно оприлюднюються події війни. Інформація подається коротко, найчастіше з ілюстраціями, містить зворотній зв'язок, де читач може прокоментувати кожну новину, емоційно відреагувати на неї. Дублювання інформації з офіційних сайтів у меседжерах є дуже зручним та доступним для користувачів, оскільки звідти аудиторія у зміненому, скороченому/доповненому вигляді може в зручний для себе час і спосіб дізнатися інформацію щодо повномасштабної війни, а саме: досягнення і перемоги нашої армії, а також втрати і поразки окупантів. Кожне інформгентство по-різному приділяє увагу своєму телеграм-каналу (наприклад: Арміяinform орієнтується на більш досвідченого читача, якому цікаво ознайомитися з розширеною інформацією, почитати думки аналітиків на офіційному сайті; УНІАН зосереджене більше на аудиторії 20-35 років, які миттєво переглядають інформацію в телеграмі і не мають потреби переходити на офіційний сайт), що і впливає на кількість підписників і його популярність серед інших каналів.

Аналіз діяльності Укрінформу, УНІАН, Інтерфаксу-України та РБК-України має спільні особливості: усі вони є універсальними у висвітленні подій, які відбуваються в Україні та світі. З початком війни вони вагому частку відводять саме під повідомлення, що стосуються російської агресії проти України, показують світу злочинні дії РФ проти цивільного населення. АрміяInform має дещо інший вектор діяльності та впливу на аудиторію. Починаючи з 2018 року, це агентство спеціалізувалося і постачало інформацію щодо військових подій на сході України. На сьогодні воно – одне з головних джерел постачання компетентної, кваліфікованої, підтвердженої думками експертів інформації щодо російсько-української війни. Детальний аналіз інформ агентства АрміяInform дає змогу стверджувати, що його діяльність спрямована на якісний інформаційний продукт, об'єктивність і неупередженість у редакційній політиці, цілодобовий доступ до новин в аудиторії. Щодня воно надає повну картину подій у сфері оборони і безпеки, а саме: оперативну інформацію, аналітику, ексклюзивні коментарі, інтерв'ю, фоторепортажі, інфографіку, відеостріми з місця події.

Інформаційна насиченість повідомлень АрміяInform свідчить про те, що за кожною публікацією стоїть кваліфікований, компетентний у воєнній справі журналіст, воєнкор, який створює якісний контент. Конвергентність аналізованого агентства дає змогу читачам у будь-який зручний для них спосіб отримувати інформацію від ІА, а можливість коментувати публікації – мати зворотній зв'язок зі своєю аудиторією.

Отже, висвітлення вітчизняними інформаційними агентствами повномасштабної російсько-української війни свідчить про те, що вони разом зі ЗМІ виконують дуже важливу місію для нашого суспільства – повідомлять світ про події, які відбуваються в Україні, залучають міжнародну спільноту для допомоги в боротьбі з рашистською навалою, фіксують у своїх матеріалах усі військові дії РФ проти нашого народу. Проаналізувавши 5 вітчизняних ІА, можемо стверджувати, що всі вони мають схожі принципи роботи, використовують у своїй діяльності інформаційні та аналітичні жанри,

дотримуються міжнародно визнаних вимог до побудови інформаційних повідомлень, на вимогу часу мають сторінки в соціальних мережах на меседжерах, а також використовують у своїх матеріалах не тільки загальноживану лексику, а й нові слова, утворені за час воєнних дій в Україні.

На сьогодні в кожного свій фронт для роботи, медійники тримають інформаційний. Вони збирають, обробляють, перевіряють та поширюють інформацію не тільки в межах України, а й світу з метою висвітлення всіх злочинів росії проти українців, критичної та цивільної інфраструктури, пам'яток національного та світового надбання. Своєю працею вони закликають не залишатися осторонь, а приєднуватися і тільки разом можна подолати зло, яке 24 лютого 2022 року підступно і цинічно напало на суверенну незалежну європейську країну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Орки», «рашисти» та «путін»: КЖЕ дала рекомендації щодо стилістично забарвленої лексики в ЗМІ. URL: <https://detector.media/community/article/199602/2022-05-27-orky-rashysty-ta-putin-kzhe-dala-rekomendatsii-shchodo-stylistychno-zabarvlenoi-leksyky-v-zmi/> (дата звернення: 19.11.2022).
2. Аньєс І. Підручник із журналістики; пер. з фр. А. Андрусак. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська Академія», 2013. 544 с.
3. АрміяINFORM : Веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення: 09.09.2022).
4. Беца О. Як новинним медіа вести телеграм-канали. URL: <https://medialab.online/news/yak-vesty-telegram-kanaly/> (дата звернення: 17.11.2022).
5. Богданьскі Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медіа. URL: <http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jejrozusja-w-swiecie-mediow> (дата звернення: 07.07.2022).
6. Гарматій О. Інформаційне забезпечення міжнародної діяльності: роль і значення інформаційних агентств. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти: зб. наук. пр.* Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2018. Вип. 1. С.244–254.
7. Гарматій О. Інформаційні агентства як об'єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників. URL: <http://www.lsl.lviv.ua/wp-content/uploads/Zb/NDI2015/JRN/PDF/30.pdf> (дата звернення: 09.06.2021).
8. Гарматій О. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформагентств. *Соціальні комунікації / Social communications. Поліграфія і видавнича справа / Printing and publishing.* 2015/1(69). С. 141-148.
9. Гарматій О. Агенційна журналістика: навч. посіб. Львів: Сполом, 2015. 176 с.
10. Дев'ять онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ.

URL: <https://imi.org.ua/monitorings/dev-yat-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i47998> (дата звернення: 09.11.2022).

11. Децик О. Інформаційне висвітлення діяльності органів влади як предмет наукових досліджень. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. №8. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=609> (дата звернення: 03.06.2021).

12. Енциклопедія сучасної України. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=12462 (дата звернення: 28.07.2022).

13. Жиленко І., Трубачова О. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, Укрінформ // *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. Том 24 (63). № 4. Ч.1. 2011. С. 409–414.

14. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів: ПАІС, 2004. 268 с. URL: <http://toloka.to/t51516> (дата звернення: 03.06.2021)

15. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Київ: Освіта, 1999. 350 с.

16. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації: соціокультурний аспект. Київ: Наукова думка, 2003. 131 с.

17. Інтерфакс-Україна : Веб-сайт. URL: <https://ua.interfax.com.ua/> (дата звернення: 07.11.2022).

18. Інформаційне забезпечення міжнародної діяльності: Роль і значення інформаційних агентств. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ». URL: <http://www.ukrinform.ua> (дата звернення: 03.06.2021).

19. Калмыков А., Коханова Л. Интернет-журналистика: учеб. пособ. для студентов вузов, обучающихся по спец. 021400 «Журналистика». Москва: ЮНИТИ-ДАНА. 2005. 383 с.

20. Калякіна О. Функції й особливості сприйняття заголовка публіцистичного матеріалу (теоретичний аспект). URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/dlgum/2007_6/10.html (дата звернення:

07.11.2022).

21. Квіт С. Масові комунікації : підручник. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.

22. Коновець О. Про початки традицій інформаційних агентств в Україні // *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1425> (дата звернення: 12.11.2022).

23. Кройчик Л. Система журналистских жанров // *Основы творческой деятельности журналиста: учебник / ред.-сост. С. Г. Корконосенко*. URL: http://evartist.narod.ru/text5/64.htm#_top (дата звернення: 17.07.2021)

24. Кузнецова О. Засоби масової комунікації: посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Львів: ПАІС. 2005. 176 с.

25. Лащук О. Принципы и приемы редактирования материалов информационных агентств (на примере сообщений ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Интерфакс): автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика». Москва, 2003. URL: <http://www.dissercat.com/> (дата звернення: 12.11.2022).

26. Лащук О. Редактирование информационных сообщений. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm> (дата звернення: 04.11.2022).

27. Люба О., Пороговська І. Інформаційні агенції України. Бібліографічний список. Івано-Франківськ: Івано-Франківська універсальна наукова бібліотека ім. І. Франка. 2008.10 с.

28. Мелещенко О. Вітчизняні інформаційні агентства новітньої доби // *Публіцистика і політика*. Київ, 2002. Вип. 3. С. 67–73.

29. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 496 с.

30. Михайлов С. Історія зарубіжних СМІ. Москва: Инфра-М., 2006. 305 с.

31. Могилевская Э. Информационные агентства в Интернете. URL : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1164&level1=main&level2=articles> (дата звернення: 12.11.2022).
32. Могилевская Э. Информационные агентства в интернете: особенности и принципы функционирования: автореф. дисс. на соис. уч. степени канд. фил. наук: спец.10.01.01 – Журналистика. Воронеж, 2008. 23 с.
33. Могилевская Э. Информационные агентства в современном сетевом пространстве. URL : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main?textid=2104&level1=main&level2=articles/> (дата звернення: 12.11.2022).
34. Могилевская Э. Типологические признаки информационных агентств в Интернете URL : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1756&level1=main&level2=articles> (дата звернення: 12.11.2022).
35. Москаленко А. Теорія журналістики: навч. посіб. Київ: Експрес-об'ява, 2002. 334 с. URL: <http://toloka.to/t51639> (дата звернення: 03.06.2021)
36. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Ч. 1. Київ: НАУ, 2010. 32 с.
37. Недопитанський М., Карась М., Ільченко В. Уроки з журналістської практики: практ. посіб. Київ: Україна молода, 2010. 120 с.
38. Нестеряк Ю. Агенційна журналістика : курс лекцій. Київ: Інститут журналістики, 2009. 185 с.
39. Нестеряк Ю. Етапи становлення інформаційних агентств в Україні // Журналістика: наук. зб. К., 2002. Вип. 1 (26). С.24–31.
40. Нестеряк Ю. Інформаційні агентства та інформаційна забезпеченість громадян // *Публіцистика і політика*. Київ, 2002. Вип. 3. С. 63–67.
41. Нестеряк Ю. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.01.08. «Журналістика». Київ, 2005. 21 с.

42. Новітні сленгізми-неологізми – мовне віддзеркалення війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490258-novitni-slengizmineologizmi-movne-viddzerkalenna-vijni.html> (дата звернення: 07.10.2022).

43. Пантелеймонов О. Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору: автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія». Київ: Ін-т міжнар. відносин КНУ ім. Т. Шевченка, 2002. 20 с.

44. Погорелый Ю. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата звернення: 12.11.2022).

45. Погорелый Ю. Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности: автореф. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 «Журналистика». Москва, 2001. URL: <http://www.dissercat.com/> (дата звернення: 12.11.2022).

46. Потятиник Б. Интернет-журналистика: навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.

47. Рашизм : Веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%B7%D0%BC> (дата звернення: 07.11.2022).

48. РБК-Україна : Веб-сайт. URL: <https://www.rbc.ua/ukr> (дата звернення: 07.11.2022).

49. Різун В., Мелещенко О. Інформаційні мережі в засобах масової інформації. Канал ИНФО-ТАСС. Київ: Ун-т імені Тараса Шевченка, 1992. 96 с.

50. Сапунов В. Зарубежные информационные агентства. Санкт-Петербург: Изд-во В.А. Михайлова, 2006. 382 с.

51. Скуртул Г. Візуалізація контенту в практиці спеціалізованих інформаційних агентств // *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі*: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції 28 квітня 2021 р., м. Запоріжжя / В.Л. Погребна, В.М. Попович,

Н.В. Островська, О.О. Турба та ін. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 130–132.

52. Скуртул Г. Інформаційна насиченість повідомлень спеціалізованих інформаційних агентств (на прикладі агентства «Україна комунальна») // *Тиждень науки-2020. Факультет соціальних наук. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 13–17 квітня 2020 р.* [Електронний ресурс] / Редкол. :В.В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 150–152

53. Скуртул Г. Національні інформаційні агентства в соціальних мережах: особливості функціонування // *Тиждень науки-2017: зб. тез доп. щорічної науково-практичної конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів ЗНТУ (18-21 квітня 2017 р.)*. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. С. 319–321.

54. Скуртул Г. Спеціалізовані інформаційні агенства в соціальних мережах: стратегії розвитку // *Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Ужгород, 21-22 квітня 2017 р.)*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. Ч.2. С. 127–130

55. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Укл.: Ю. Бідзіля. Ужгород: Закарпаття, 2007. 224 с.

56. Словник української мови : Веб-сайт. URL: <http://sum.in.ua/s/neologizm> (дата звернення: 07.10.2022).

57. Словник української мови : Веб-сайт. URL: <http://sum.in.ua/s/zagholovok> (дата звернення: 27.09.2022).

58. Сучасна агенційна журналістика / упоряд. В. Я. Миронченко. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. 124 с.

59. Тертычный А. Жанры периодической печати. Москва: Аспект Пресс, 2001. 321 с.

60. Укрінформ : Веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/block-lastnews> (дата звернення: 07.06.2022).

61. УНІАН : Веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/> (дата звернення: 07.06.2022).

62. УНІАН заявляє про цензуру і вимагає зустрічі з інвестором. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%90%D0%9D> (дата звернення: 07.06.2022).

63. УНІАН оновив сайт агентства і запустив погодні сервіс. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%9D%D0%86%D0%90%D0%9D> (дата звернення: 07.06.2022).

64. Чекмишев О. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум. Київ: ВПЦ Київський університет. 2004. 129 с.

65. Чічановський А. Новина в журналістиці: проблеми практичної політики. Київ: Грамота. 2003. 46 с.

66. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики; пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр Вільної Преси; Академія Української Преси, 2014. 358 с.

67. Шульженко А., Рула Н. Жанрове різноманіття на сторінках вітчизняних інформаційних агентств у період повномасштабної російсько-української війни // *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Том 33 (72). № 4. С. 288-292

68. Шульженко А., Скуртул Г. Російсько-українська війна очима журналістів-агенційників (на прикладі інформаційних агентств «Укрінформ», «УНІАН», «АрміяInform») [Текст] // *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.)* / редкол.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. [Електронний ресурс] Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 210-211.

69. Bielsa E. The pivotal role of news agencies in the context of globalization: A historical approach // *Global Networks*. May, 2008. URL:

<https://www.researchgate.net/publication/229447828> (дата звернення: 12.11.2022).

70. Reuters Style Guide. URL: <https://www.trust.org/contentAsset/raw-data/652966ab-c90b-4252-b4a5-db8ed1d438ce/file> (дата звернення: 09.06.2022).

71. Telegram «АрміяІнформ» : Веб-сайт. URL: <https://t.me/s/armyofukraine?before=7714> (дата звернення: 12.11.2022).

72. Telegram «Інтерфакс-Україна» : Веб-сайт. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/871662.html> (дата звернення: 12.11.2022).

73. Telegram «РБК-Україна» : Веб-сайт. URL: https://t.me/s/RBC_ua_news?before=34091 (дата звернення: 12.11.2022).

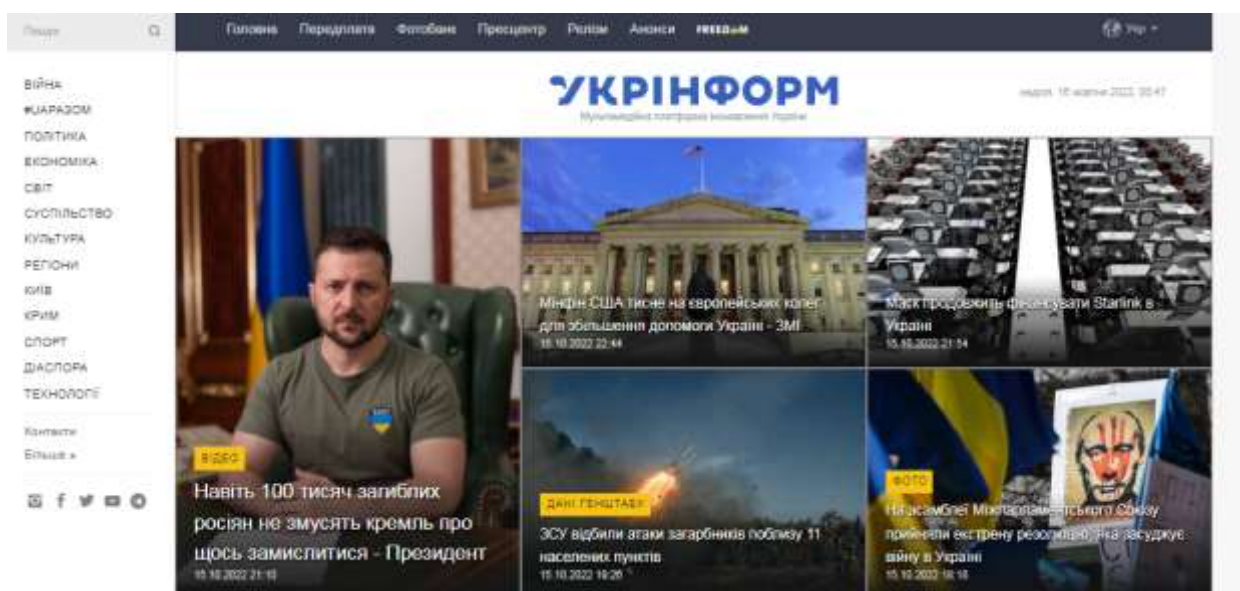
74. Telegram «Укрінформ» : Веб-сайт. URL: https://t.me/s/ukrinform_news?before=84431 (дата звернення: 12.11.2022).

75. Telegram «УНІАН» : Веб-сайт. URL: <https://t.me/uniannet> (дата звернення: 12.11.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

Сайт інформаційного агентства «Укрінформ»



Додаток Б

Сайт інформаційного агентства «УНІАН»

УНІАН
інформаційне агентство

ПОТЕРІ ВРАГА НА 15.10.2022

Львівська область	2524	Кіровоградська область	5179	Самодіяльність / Волинська	208 / 242	1210
Тернопільська	186	Дніпропетровська / КСВ	1582 / 382	Хмельницька / Черкаська	10	142
Хмельницька		Львівська / Тернопільська	3851	Волинська / Східна		

новости дня >

Даже 100 тысяч погибших на войне россиян не побудят Кремль о чем-то задуматься – Зеленский

Лучшее видео в YouTube! Не пропусти!

ПОДДЕРЖИТЕ НАС

последние новости >

- Сегодня вступила в силу новая редакция Конституции Украины – ОБА
- Окупанти анонсировали обстрелы Николаева
- Переселенцы из Мариуполя станут подданными Украины: сообщают организаторы репатриации в Украину (видео)

15 октября, суббота

- Новое разрабатывается: РФ может заморозить у Украины дочку-командир "Азова"
- Жириновский рассказал о проблеме с проведением мобилизации в России (видео)

Почти 20 авиаударов и 4 ракеты: Генштаб раскрыл детали новых преступлений

Перекачка нефти по поврежденному трубопроводу "Дружба"

Шольц высказался за расширение Евросоюза на Восток

Додаток Г













Сайт інформаційного агентства «РБК-Україна»

UA | RU РБК-УКРАЇНА Q ☰

НД, 16 ЖОВТНЯ NEWS DAILY STYLER TRAVEL

ВІЙНА РОСІЇ З УКРАЇНОЮ · КОНТРАСТУП БОУ · ЗЕЛЕНСЬКИЙ ЗАВІН · ПЕРЕГОВОРИ РОСІЇ ТА УКРАЇНИ · БУКЕНЦІЙМ · СЕЛЮЧНА ВІЙНА

ВІЙНА В УКРАЇНІ: ОРИЄНТОВНІ ВТРАТИ ОКУПАНТІВ НА 16.10.2022

											
ОСІБОВИЙ СКАД	ЛІТАК	ГЕЛІКОПТЕР	ТАНК	БТР	АРТИЛІЯ	ЗАХИСТ	РОС	ІНТЕР-СТАН	ВІСЛА	КОРАБ	АНТАНІВІС
64700 +400	268	242 +2	2524 +3	5179 +7	1582 +16	186	365 +3	142	1210 +11	16	3951 +7


НОВИНИ

00:49 "Підгоріться Чорнобілка": Арестовані розповіли, що чекає армію РФ у разі нового наступу на Київ

00:17 Зеленський: Обсяг вимог настане день, коли Україна збиватиме 100% ворожих ракет і дронів

15 жовтня

23:42 Вогонь охопив усі поверхні. У Стамбулі спалахнув земрячос [...](#)



КУРСИ ВАЛЮТ

	Купівля	Продаж	Мінімум
USD	40.61	40.77	36.93 ↓
EUR	33.76	33.08	35.95 ↓

[Переглянути історію курсів](#)

[Не показувати ціл заголовки](#)

[Стороння реклама](#)

Додаток Д

Сайт інформаційного агентства «АрміяInform»

The screenshot displays the website for ArmyInform. At the top, the logo "АРМІЯ INFORM" is visible, along with navigation links: "ПРО НАС", "КОНТАКТИ", and "ПОВІДОМ ПРО КОРУПЦІЮ". A search bar is located on the right side of the header.

Below the header, there is a row of social media-style hashtags: "#STOPRUSSIA", "#ХАРКІВСЬКИЙ_ТРИБУНАЛ", "#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ", "#ДЕОКУПАЦІЯ", and "#ВІДЕО".

The main content area is divided into two columns. The left column features a "Слухати Армія FM" button with a play icon, followed by a red banner for "234-Й ДЕНЬ ОБОРОНИ УКРАЇНИ". Below this is a blue button that says "ЧИТАЙТЕ НАС В TELEGRAM". A list of video news items follows, each with a timestamp and a "відео" icon:

- 0:47 відео Як насправді виглядає передова на Бахмутському напрямку
- 0:05 відео Коротко. Війна. День 234. Відеоайджест

The date "15.10.2022" is displayed below the list. Further down, more news items are listed with timestamps:

- 23:45 Болгарія звинувачує росію в масштабній хакерській атаці
- 23:30 Над Києвом планують звести купол для захисту від дронів
- 22:52 Російські військові здаються в полон, ще перебуваючи у військоматах на території рф

The right column features a large video player. The video shows a group of Ukrainian military personnel and clergy members standing in front of a church. The video title is "У Дніпрі побудують перший у країні Храм Захисників України" and the date is "15 Жовтня 2022". Below the video player, there are three smaller video thumbnails with dates: "15 Жовтня", "14 Жовтня", and "14 Жовтня".

Додаток Е
Приклади повідомлень ІА «Укрінформ»

Укрінформ | Новини України

! Ворожі дрони-камікадзе атакували центр Одеси

«Тричі ворог влучив в адмінбудівлю в центрі міста. Триває рятувальна операція і гасіння пожежі», – повідомляє міська рада.

9.9K  08:15

Укрінформ | Новини України

💣 У Мелітополі та Бердянську пролунали вибухи

"У Бердянську та Мелітополі майже одночасно пролунали вибухи. У Бердянську звуки вибуху лунали з центру міста", – повідомляє Бердянська міська рада.

[Підписатися на Укрінформ](#)

9.0K  12:29

Додаток Ж Приклади повідомлень ІА «Укрінформ»

Укрінформ | Новини України



Повітряні сили Збройних сил України знищили російський вертоліт і штурмовик Су-25

«25 вересня близько 17:00 підрозділами зенітної ракетної Одеської бригади повітряного командування «Південь» збито ворожий штурмовик Су-25, який атакував наші війська на Херсонщині», - командування ПС ЗСУ.

Підписатися на Укрінформ

8.8K 20:08

Укрінформ | Новини України

Укрінформ | Новини України



У Слов'янську Донецької області продали пам'ятник російському революціонеру володиміру лєніну.

Про це повідомив голова міської військово-цивільної адміністрації Вадим Лях на своїй сторінці у Фейсбуці

"ленін, гуд бай! Здійснилося! Пам'ятник вождєві світового пролетаріату, який тривалий час припадав пилом на комунальному АТП, продано за 747 тис. 446 грн. Кошти підуть на виплату допомоги за зруйноване житло", - написав Лях.

Підписатися на Укрінформ

9.2K 21:10

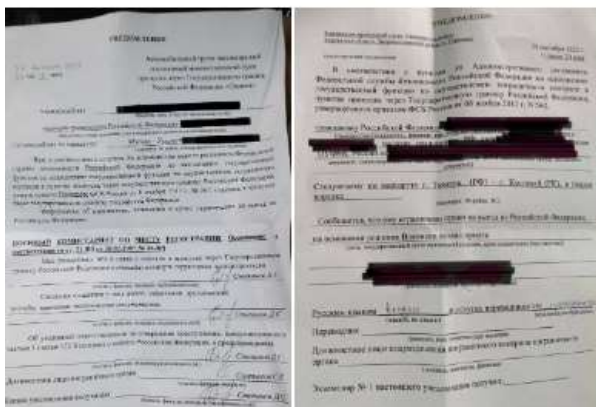


ЗСУ ліквідували вже 60 430 російських загарбників 🔥

Додаток 3

Приклади повідомлень ІА «УНІАН»

УНИАН - новости Украины | война с Россией | новости України...



Мужчинам в РФ планируют запретить покидать страну после 28 сентября, но запрещают уже сейчас

Правозащитник Павел Чиков опубликовал фото уведомления, в котором сотрудники фсб запрещают выезжать из РФ в Казахстан.

Ранее появилась информация, что с 28 сентября все мужчины мобилизационного возраста не смогут покинуть РФ без разрешения военного комиссара.

349.0K 13:07

УНИАН - новости Украины | война с Россией | новости України



Хорошие новости с юга!

Сегодня вечером ВСУ сбили штурмовик рашистов СУ-25, который атаковал их позиции.

Более того, уничтожен также вертолет Ми-8 с командой рус на борту, который вылетел на спасение пилота.

Здоровья погибшим!

377.6K 21

УНИАН - новости Украины | война с Россией | новости України...



В Херсоне произошло около 20 взрывов, активно работала руснявое ПВО. Местные паблики сообщают о попадании в Антоновский мост, которому снова резко поплохело.

Ранее сообщалось, что оккупанты опять начали провозить по нему грузы на автомобилях.

347.0K 16:35

УНИАН - новости Украины | война с Россией | новости України



РФ направляет новоприбывших по мобилизации военных на линию соприкосновения без подготовки, сообщает Генштаб

По информации украинских военных, командование рашистских войск отправляет "моби́ков" на доукомплектование подразделений, понесших потери, непосредственно на линию соприкосновения.

Хана ванькам. Даже протрезветь не успеют

377.4K 20:1

Додаток К

Приклади повідомлень ІА «Інтерфакс-Україна»

Інтерфакс-Україна



ЄС має намір навчити до 15 тисяч українських солдатів найближчим часом

Держави-члени ЄС останніми тижнями на робочому рівні домовилися про те, що до 15 тисяч українських військ мають пройти навчання за межами України в якомога коротші терміни, щоб зробити українську армію більш ефективною. Про це пише німецьке видання Der Spiegel.

Інтерфакс-Україна

!! За добу знищено 2 склади боєприпасів окупантів, 3 ЗРК, 2 об'єкти ППО, відбито атаки противника на 5 напрямках - Генштаб

<https://interfax.com.ua/news/general/862856.html>

Інтерфакс-Україна



За добу знищено 2 склади боєприпасів окупантів, 3 ЗРК, 2 об'єкти ППО, відбито атаки противника на 5 напрямках - Генштаб

Авіація Сил оборони України завдала 19 ударів за минулу добу, повідомляється в оперативній інформації щодо російського вторгнення станом на 18:00 понеділка, оприлюдненій на сторінці Генерального штабу Збройних України у фейсбуці.

8

56

Додаток Л

Приклади повідомлень ІА «РБК-Україна»

РБК-Україна



🔥 США планують [передати](#) Україні ще чотири HIMARS, - Reuters

Джерела видання зазначають, що США планують оголосити новий пакет допомоги Україні на 625 млн доларів 4 жовтня. До нього, окрім HIMARS, мають увійти боєприпаси, міни та протимінні транспортні засоби.

9.2K 👁 21:5

РБК-Україна



📍 ЗСУ за минулу добу ліквідували ще 320 окупантів

Найбільших втрат противник зазнав на Краматорському та Бахмутському напрямках.

Детальніше про втрати ворога - [читайте за посиланням.](#)

РБК-Україна



!! На Запорізькому напрямку спецпризначенці СБУ збили російський вертоліт Ка-52

Спецпризначенці ЦСО "А" відстежили місце, де повинна пролітати ворожа авіація. Тактична група була на позиції контролювала район. Бійці знищили російський вертоліт ПЗРК.

19.8K 👁

РБК-Україна



🇺🇦 Українські військові зайшли в Шевченківку Херсонської області

5.0K 👁 22:28

Додаток М

Приклади повідомлень ІА «АрміяInform»



Загальні бойові втрати противника з 24.02 по 30.09 орієнтовно склали:

- особового складу – близько 59080 (+500) осіб ліквідовано,
- танків – 2338 (+13) од.
- бойових броньованих машин – 4932(+23) од.
- артилерійських систем – 1391 (+6) од.
- РСЗВ – 333 (+2) од.
- засоби ППО – 176 (+1) од.
- літаків – 264 (+2) од.
- гелікоптерів – 225 (+1) од.
- БПЛА оперативно-тактичного рівня – 1003 (+8).
- крилаті ракети – 246 (+0).
- кораблі / катери – 15 (+0) од.
- автомобільної техніки та автоцистерн – 3768 (+17) од.
- спеціальна техніка – 131 (+0).

АрміяINFORM



🔥 Нічний **ракетний удар** по Краматорську, знову приватний сектор. Вже відомо про 2 поранених. Пошкоджено будинки та школу...

2.9K 👁️ edited 11:

АрміяINFORM



🗓️ 29 вересня – День пам'яті жертв Бабиного Яру → <https://bit.ly/3Cjr5aM>

👉 Ротний «Торба» після перемоги мріє відбудувати зруйновані дороги → <https://bit.ly/3SHzEF>

👉 «Після нашого влучного пострілу зі «Стугни» ворожий танк розірвало на шматки» → <https://bit.ly/3xXWRHV>

👉 У словнику неологізмів поповнення: «могілізація», що породжує «ладакалінізацію» → <https://bit.ly/3LUGsoN>

👉 То ось ти який, «російський бунт, безглуздий і нещадний» → <https://bit.ly/3UJJIS5>

АрміяINFORM



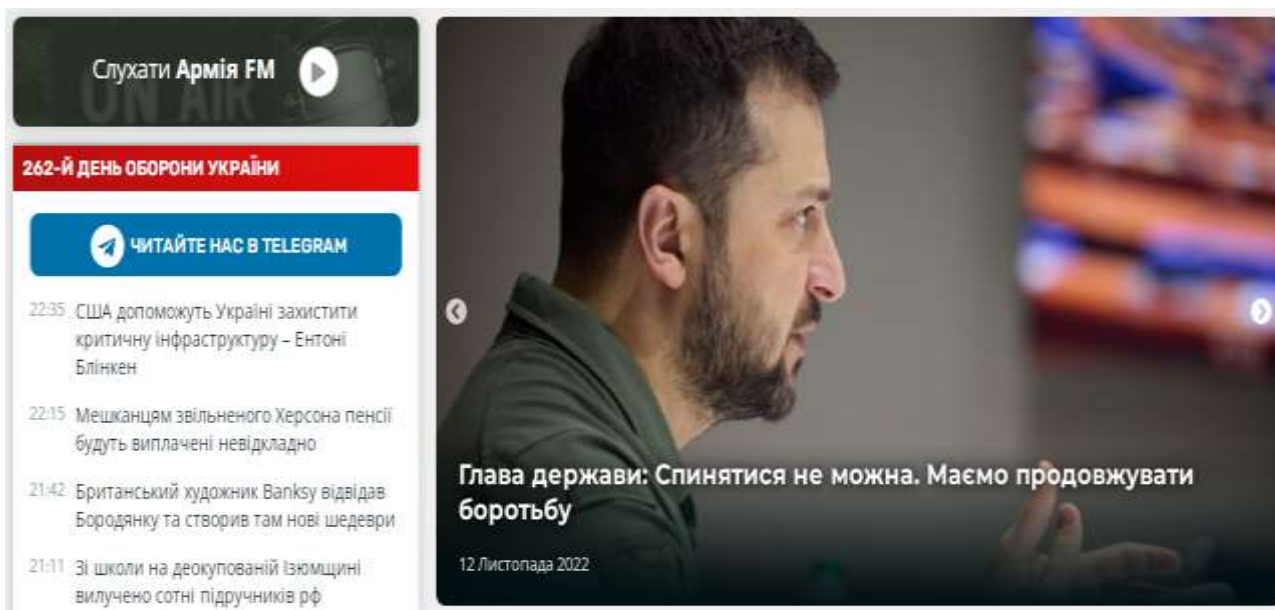
В білорусі готують місця для розміщення 20 тисяч мобілізованих із рф. Вони мають поповнити дислоковані в білорусі підрозділи зс рф. В результаті поповнення, співвідношення «досвідчених» та «молодих» військових має скласти 1 до 5.


🗨️ ГУР

3.0K 👁️ 10


Додаток Н

Конвергентність на сторінках АрміяInform




Слухати Армія FM 

262-Й ДЕНЬ ОБОРОНИ УКРАЇНИ

 **ЧИТАЙТЕ НАС В TELEGRAM**

- 22:35 США допоможуть Україні захистити критичну інфраструктуру – Ентоні Блінкен
- 22:15 Мешканцям звільненого Херсона пенсії будуть виплачені невідкладно
- 21:42 Британський художник Banksy відвідав Бородянку та створив там нові шедеври
- 21:11 Зі школи на деокупованій ізюмщині вилучено сотні підручників рф


Глава держави: Спинятися не можна. Маємо продовжувати боротьбу
12 Листопада 2022

Додаток П

Стандартна інформація на сторінках АрміяInform

Захищаємо світ

261:17:58


день годин хвилин

ЕДИНІЙ ЦЕНТР ПРИЕМА ОБРАЩЕНІЙ
ВОЕННОСЛУЖАЩИХ РФ ПО СДАЧЕ В ПЛЕН

«ХОЧУ ЖИТЬ»

☎ +38 066 580 34 98

☎ +38 093 119 29 84





Ситуація щодо російського вторгнення

Загальні бойові втрати противника з 24.02 по 12.11 орієнтовно становлять:

- особового складу – близько 80210 (+810) осіб.
- танків (+24) од.
- бойових броньованих машин (+34) од.
- артилерійських систем 1829 (+12) од.
- РСЗВ – 393 (+0) од.
- засоби ППО – 205 (+0) од.
- літаків – 278 (+0) од.
- гелікоптерів – 261 (+0) од.

Додаток Р
Позначка «російські фейки» на сторінках АрміяInform



НАРАТИВ ДНЯ РФ

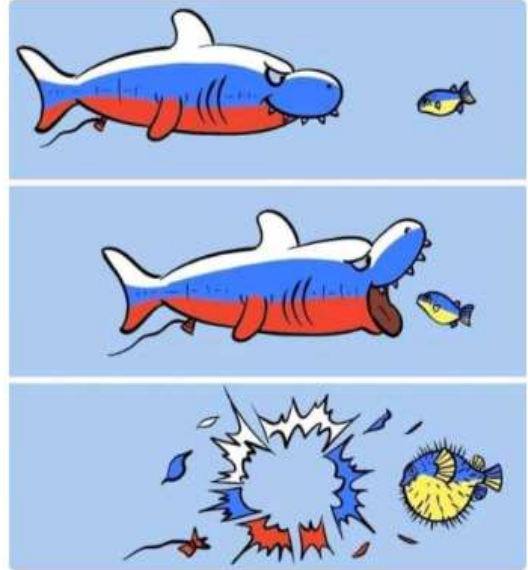
“

«Вашингтон може скоротити військову допомогу Києву через громадський тиск»

Джек Бакбі, британський політичний діяч



Додаток С
 Позначка «український гумор» на сторінках АрміяInform



Додаток Т

Приклади коментарів інформаційного агентства «АрміяInform»

Ольга Гринченко

Дякую. Знати про це надважливо.

Позначка «Подобається» · Відповісти ·  1 · 2 тиж.

Олександр Полока

Всі Сатани гніздяться в кремлі. Десатанізацію проведуть з дезінфекцією ЗСУ!

Люда Слободяник

Добре, складів не було. А куди ділася техніка, люди, тоже всіх знищили? То може зразу йдемо на Крим, адже там військ ворога вже немає?