



THOMSON REUTERS

Bloomberg



Associated Press



Агенційна журналістика –
журналістська творчість та виробничі
процеси створення інформаційних
продуктів інформаційними агентствами

Інформаційне бюро
Агентство преси
Агентство новин
Телеграфне агентство
Інформаційне агентство

News Agency
Press Agency
Press Association
Wire service



Інформаційні агентства

- зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг

Закон України «Про інформаційні агентства»



Діяльність інформаційних агентств

– це збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції.

Закон України «Про інформаційні агентства»



Latest
News

Інформаційне агентство –
журналістська організація, яка
займається збором інформації
для ЗМІ та інших інститутів.

*Щорічник агентства **Agence France
Presse (AFP), 1997***

Інформаційне агентство –

організація, яка займається збором, обробкою та розповсюдженням інформації для газет, журналів, видавництв, радіо та телебачення, урядових, науково-культурних та інших установ.

Землянова Л.М. «Зарубіжна комунікативістика на порозі інформаційного суспільства»

Інформаційне агентство – інформаційно-комунікативний комплекс по накопиченню, обробці й розповсюдженню суспільно вагомих відомостей, який забезпечує функціонування комунікативної системи в межах масового суспільства.

В.І. Сапунов

«Зарубіжні інформаційні агентства»

Функції інформаційних агентств у суспільстві:

Інформаційна – прагнуть якнайшвидше й у повному обсязі отримувати, обробляти й розповсюджувати інформацію;

Інноваційна – протягом всієї історії розвитку й становлення інформаційні агентства були каталізаторами технологічних нововведень;

Культурна – формують особливу культуру роботи з новинами та їх сприйняття;

Координаційна – сприяють оптимальному функціонуванню медіасистеми;

Інтеграційна – об'єднують людей у всіх куточках земної кулі.

□ **Головне завдання інформаційних агентств –**
наблизитися до події
максимально й
слідувати за нею
хвилина за хвилиною.

□ *Ів Аньє,*
колишній редактор газети
«Монд»



Етапи зародження і розвитку інформаційних агентств:

I етап

Перша промислова революція, формування індустріального суспільства, зміцнення класу буржуазії, розповсюдження міжнародної торгівлі, розвиток техніки, поширення нових засобів комунікації – телефону й телеграфу. Виникнення телеграфних агентств як нового способу передачі інформації.

II етап

Період між двома світовими війнами: розвиток і зростання засобів передачі інформації. Зміцнення інформаційних агентств, вдосконалення способів передачі інформації і як наслідок – боротьба за провідні місця у світовому інформаційному просторі.

Етапи зародження і розвитку інформаційних агентств:

III етап

Від 50-х років ХХ століття: "інформаційний вибух" збільшення центрів виробництва новин, зростання кількості інформаційних агентств за рахунок численних національних інформаційних агентств країн "третього світу".

IV етап

Початок 90-х років ХХ століття: трансформація у геополітичній сфері світу, розпад радянської імперії та крах соціалістичної системи, руйнування системи комуністичної пропаганди, ключовими ланками якої були інформаційні агентства країн соціалістичного табору.

Етапи зародження і розвитку інформаційних агентств:

V етап

Розвиток і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, зародження нових медіа, вихід традиційних інформаційних агентств у мережу Інтернет

Зародження інформаційних агентств:

I версія:

Зародки сучасних інформаційних агентств знаходять у XVI столітті у Венеції, де виникли своєрідні бюро по збору новин (М. Г Пальгунов)

II версія

історія телеграфних агентств почалася у Парижі в 1825 році, коли Шарль Гавас організував у столиці Франції Видавниче перекладацьке бюро.

Цінності інформаційних агентств: Принципи довіри (Trust Principles)

- Створені у 1941 році Асоціацією видавців газет (Newspapers Publishers Associations) та агентством Рейтерс (Reuters);
- Обов'язок за будь-яких обставин діяти цілісно, незалежно, вільно від упередженості;
- Зміцнювати ці цінності під час виконання важких і делікатних завдань, що постають перед співробітниками компаній;

Цінності інформаційних агентств

- Правдивість;
- Неупередженість;
- різноманітність

Truth, impartiality and **plurality** are **Agence France-Presse's** golden rules. These values guarantee **rigorous, verified news**, free from political or commercial influence.

Новинні цінності і принципи AP

Привілея доносити правду до всього світу:

- Швидко
- Точно
- Правдиво

«Ми ненавидимо неточність, недбалість, упередженість та спотворення»

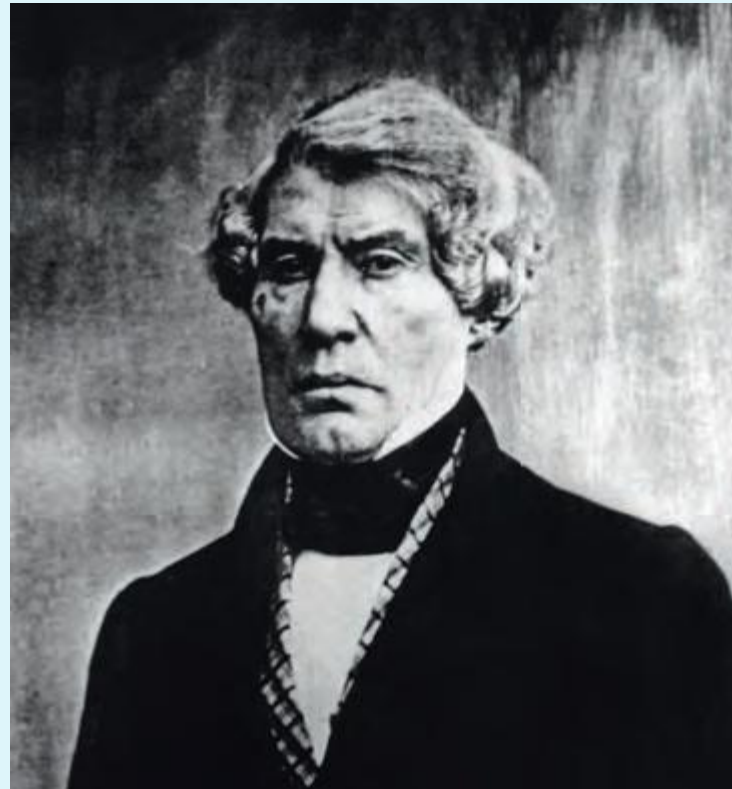
Найстарішим пресовим агентством є французьке Гавас ("Agence Havas") Шарль-Луї Гавас, який у тридцятих роках XIX століття заснував у Франції Інформаційне Бюро торговельного типу. Воно мало збирати і поширювати звістки для потреб промисловців, комерсантів, бірж.

Шарль-Луї Гавас Charles-Louis Havas

**Ш.-Л. Гавас
(Charles-Louis
Havas)**

(5.07.1783-21.05.1858)

народився в Руані,
отримав хорошу
фінансову освіту,
проявивши при
цьому неабиякі
здібності до мов.



"Agence Havas"

Уклавши угоду із французьким урядом на постачання офіційних повідомлень для преси, а згодом підписавши домовленості із німецьким телеграфним агентством Вольфа та британським Рейтер, Гавас стає монопольним постачальником зарубіжної інформації.

В 1835 році майже у всіх паризьких щоденних газетах з'явилася рубрика «Повідомлення телеграфного агентства».

"Agence Havas"

Використання голубів сприяло тому, що інформація, яка надходила в Париж із Брюсселя через дві, а той через три доби, почала надходити через 4 години, а інформація з Англії, що раніше залежала від розкладу приходу й відходу кораблів, стала потрапляти в Париж через 6-7 годин.

"Agence Havas"

Капітал агентства :

1920 рік – 18,5 мільйона франків

1921 рік – 27,7 млн. франків

1922 рік – 50 млн. франків

1924 рік – 37 млн. франків

1927 рік – 80 млн. франков

1930 рік – 105 млн франков

1200 співробітників у Парижі,

400 власних кореспондентів у провінції,

500 репортерів за кордоном.

«Гавас» мав угоди про співпрацю із 26 зарубіжними

Reuters

1851 рік, Лондон, Поль Юліус Рейтер заснував інформаційне агентство

Двічі на день агентство передавало новини про курси акцій на біржі, яка була фінансовим барометром для всієї Європи. Щоб інформаційний ринок, агентство Рейтер розширило змістове наповнення своїх інформаційних продуктів, включаючи загальнополітичні та економічні новини з усього світу

Paul Julius Freiherr von Reuter (Baron de Reuter)

Поль Юліус Рейтер



21 липня**1816**, м. Кассель,
Німеччина, – **25**
лютого**1899**, Ніцца,
Франція

Справжнє ім'я - Ізраїль Бер
Йосафат Рейтер

Третій син раввина Самуеля
Леві Йосафата і його
дружини Бетті

1848-1851 — паризький
кореспондент низки
німецьких газет, співробітник
паризького Бюро Ш. Гаваса



В 1850 році із Берліна в Париж назустріч одна одній потягнулися телеграфні лінії, але до їх з'єднання іще було досить далеко. Рейтер вирішив використовувати поштових голубів: він запускав птахів у містечку Есе, а його дружина ловила їх в Аахені. Завдяки цьому новини із Берліну в Париж передавалися протягом доби.



Під час Кримської війни
Рейтеру вдалося отримувати інформацію
від обох воюючих сторін.



До 1860-х зі ста телеграфних апаратів чверть належала Полю Юліусу Рейтеру.

З 1872 року агентство почало працювати на Далекий Схід, а з 1874 і на країни Південної Америки.

У 1865 році Рейтер першим серед європейських інформаційних агентств повідомило про терористичний замах на президента Сполучених Штатів Америки Авраама Лінкольна.





- Рейтер першим повідомило про зміщення Сталіна Микитою Хрущовим;
- Першим розповсюдило інформацію про будівництво (1961) та падіння (1989) Берлінської стіни



**В 1878 році,
обіймаючи посаду
керуючого директора,
П.-Ю. Рейтер вийшов
на пенсію**

В 1883 році агентство Рейтер почало користуватися електричним зв'язком для передачі інформації газетам Лондона

В 1923 році першим використало радіозв'язок для поширення інформації в цілому світі.

В 1927 році працівниками Рейтер вже використовувався телетайп.



Телеграфне бюро Вольфа ***Wolffs Telegraphisches Büro***

Засноване у 1849 в Берліні німецьким журналістом Б. Вольфом при газеті «National Zeitung» («Националь-цайтунг», «Національний часопис»)

Associated press(AP)

- 1846 рік – власники п'яти Нью-Йоркських газет, серед яких був Девід Хейл, обговорили можливість створення компанії, яка б здешевила процес збору й розповсюдження новин
- В травні 1848 року 10 представників шести газет зустрілися для обговорення можливості об'єднання їхніх ресурсів для збору та отримання останніх новин з Європи. **Новоутворене об'єднання дістало назву "Асоційована преса" ("Associated Press").**

Періоди розвитку АР

I період - 1848 -1900 роки

II період - 1901 -1950 роки

III період - 1951 - 1990 роки

IV період - 1991 -2002 роки

V період - 2003 - по сьогодні



ASSOCIATED PRESS

Угода 1870 року

В **1870** році між агентствами Гаваса, Рейтера та Вольфа була укладена угода, що передбачала своєрідний розподіл земної кулі на зони впливу. Згодом до них приєдналося агентство AP

Угода 1870 року

- ▣ **Гавас** – Франція, Швейцарія, Італія, Іспанія, Португалія, Єгипет, всі країни Центральної та Південної Америки.
- ▣ **Рейтер** – вся територія Британської імперії, весь Далекий Схід Єгипет.
- ▣ **Агентство Вольфа** – монополіст у Німеччині, Австрії, Голландії, скандинавських, балканських країнах та в Росії.
- ▣ **Ассошіейтед Прес** – Сполучені Штати Америки. Інформацію про події у США АР могло передавати Рейтеру, Гавасу чи Вольфу, які й займалися її подальшим розповсюдженням.

Угода 1870 року

▣ *"Таким чином було започатковано першу, найвеличнішу й наймогутнішу міжнародну монополію XIX століття."*

Кент Купер, керівник агентства AP

Угода 1870 року

Причини краху угоди:

- створення державного німецького інформаційного агентства Transocean (“Трансоцеан”);
- створення Петроградського телеграфного агентства, а потім – Російського телеграфного агентства РОСТА;
- захоплення у 1919 році Ассошіейтед Пресс південноамериканського регіону, який належав Гавасу, укладення угоди на постачання інформації з агентствами в Аргентині й Чілі

За масштабом діяльності
інформаційні агентства
поділяються на чотири типи:
Локальні
Національні
Регіональні
Світові

За організаційною формою інформаційні агентства поділяються на:

Державні інформаційні агентства

В чистому вигляді існують в основному в країнах Азії, Африки та Латинської Америки. Однак повністю державні агентства є й у Європі (**МТІ** в Угорщині, **АТА** в Албанії).

Державні інформаційні агентства з участю приватного капіталу

AFP у Франції, **EFE** в Іспанії, **RAP** в Польщі. Існують в основному у вигляді закритих акціонерних товариств, контрольний пакет яких знаходиться в руках держави, яка забезпечує значний відсоток фінансування у відповідності до кількості акцій (98 відсотків у **EFE**, 51 – у **RAP**).

Приватні інформаційні агентства.

Належать одній особі чи групі осіб. **UPI** в США, «**InterMex**» в Мексиці.

Кооперативні об'єднання преси

AP в США, **ANSA** в Італії, **ANP** в Голландії, «**Canadien Press**» в Канаді.

Ці агентства існують у вигляді некомерційних організацій, прибуток яких використовується тільки на статутні цілі.

Корпоративні об'єднання преси

у вигляді закритих акціонерних товариств, наприклад, **DPA** в Німеччині, **ATS** в Швейцарії, **TT** в Швеції.

При такій організації кожен учасник має певну долю капіталу й вносить певний членський внесок.

Прибуток акціонерів використовується головним чином на розвиток технологічної бази й зменшення цін на продукцію.

Відкриті акціонерні товариства

У світі існувало тільки одне інформаційне агентство у такій формі – великобританське агентство **Reuter's**. Акції компанії були виставлені у вільному продажу на фондових ринках.

**За тематичною
спрямованістю:**
загальнотематичні (суспільно-
політичні);
спеціалізовані (нішеві)

Зародження агенційної журналістики України

Паростки української агенційної журналістики відносяться до початку ХХ століття й здебільшого пов'язуються із процесом міжнародно-інформаційної діяльності різних форм української державності.

Попередники українських інформаційних агентств

- ▣ **Українське пресове бюро** було засноване у 1907 році В. Кушніром у Відні. Метою його діяльності було ознайомлення Західної Європи з Україною.
- ▣ **Український Інформативний Комітет** Р. Залозецький та А. Жук
- ▣ інформаційно-пропагандистська діяльність **Союзу визволення України (СВУ)** – організації, створеної 4 серпня 1914 року політичними емігрантами з Наддніпрянщини у Львові.

Попередники українських інформаційних агентств

- ▣ **Пресо́ва Кварти́ра Українських Січових Стрільців**, заснована в 1914 році. Ця організація видавала "Вісник Пресо́вої Кварти́ри", журнал "Червона Калина", календар-альманах на 1917 рік "Тим, що полягли", гумористичний журнал "Самохотник" і журнал "Самопаль";
- ▣ До 1917 року на території України вже функціонувала кореспондентська мережа Петербурзького (з 1914 року – Петроградського) телеграфного агентства – **ПТА**. Агентство мало кількох кореспондентів, а в Києві та Харкові – регіональні відділення.

Інформаційні агентства України

В наказі міністра пошти і телеграфів УНР Штефана від 16 березня 1918 року повідомлялося, що в Києві незабаром розпочне діяльність Українське державне телеграфне агентство (УТА).

УТА планувалося наділити функціями єдиного органу внутрішньополітичної та міжнародної пропаганди.

Інформаційні агентства України

У 1918 році в Україні при Міністерстві Внутрішніх справ були засновані **Державне Бюро Преси** та **Українське Телеграфічне Агентство (УТА)**, організація якого передбачалася іще урядом УНР. З червня по листопад 1918 року УТА очолював Д. Донцов, відомий український громадський діяч, філософ, публіцист. Він же одночасно керував і Державним Бюро Преси, яке координувало діяльність друкованих видань.

Інформаційні агентства України

Завдання УТА:

- інформування української та зарубіжної преси про найважливіші події в Україні,
- розповсюдження серед співгромадян відомостей про життя іноземних країн.
- створення відділень та кореспондентських пунктів у містах України та провідних політичних центрах іноземних країн,
- стримання інформації від усіх державних інституцій України,
- створення власних каналів телеграфного зв'язку

Інформаційні агентства України

Від січня 1919 року до січня 1920 діяла
***Пресова Квартира Начальної Команди
Української Галицької Армії.***

Це була досить розгалужена структура, що мала 7 відділів: організаційний, видавничий, вішовий, історичний, інформаційний, бібліотечний і театрально-музичний.

Друкованими органами цієї організації були видання "Стрілець" і "Козацький голос".

Інформаційні агентства України

8 березня 1918 року
на засіданні

Центрального Виконавчого комітету Рад України
було задеклароване створення нового
інформаційного органу

– ***Українського Телеграфного Агентства
(УкТА).***

В кінці 1918 року УкТА було реорганізоване
в ***БУП – Бюро української преси***
та переміщене в Київ.

Інформаційні агентства України

На початку січня 1920 року
за рішенням Всеукраїнського Ревкому
БУП було ліквідовано, а замість нього створено

***Всеукраїнське бюро
Російського телеграфного агентства
(УкРОСТА)***

В квітні 1921 року
Президія Всеукраїнського Центрального
Виконавчого комітету
прийняла рішення перейменувати УкРОСТА в
***Радіо-телеграфне агентство України
(РАТАУ)***

Зародження агенційної журналістики

Причини заснування світових інформаційних агентств:

- ▣ Необхідність оперативного розповсюдження інформації комерційного характеру (біржові новини);
- ▣ Потреба здешевити процес збору та розповсюдження інформації;
- ▣ Прагнення отримувати прибуток від виробництва та розповсюдження новин.

Причини виникнення українських інформаційних агентств:

- ▣ Потреба розповсюдження інформації про Україну, згодом – про українську державу за кордоном;
- ▣ Бажання поширювати зарубіжну інформацію для українських громадян;
- ▣ Прагнення пропагувати існування української державності з метою залучитися підтримкою світової громадськості.