

Л. О. КОЧУБЕЙ
М. М. ШЕВЧЕНКО

ІНФОРМАЦІЙНІ АГЕНЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Запропоновано практичні рекомендації щодо реформування українських інформагентцій з урахуванням кращих міжнародних практик.

Проаналізовано зарубіжні моделі функціонування інформаційних агенцій та окреслено можливості їх адаптаційного застосування в українському інформаційному просторі. Розглянуто державну, комерційну та гібридну моделі на прикладах провідних світових агенцій – Xinhua, Reuters, Associated Press, Agence France-Presse. Акцентується увага на важливості редакційної незалежності, прозорості фінансування, впровадженні новітніх технологій, а також фактчекінгу як пріоритетного напрямку розвитку.

Ключові слова: інформаційна агенція, модель, фактчекінг, інформаційна безпека, мас-медіа, редакційна незалежність.

Kochubei Larysa, Shevchenko Mukola. Information agencies: international experience for Ukraine

Practical recommendations have been proposed for reforming Ukrainian information agencies, taking into account the best international practices.

Foreign models of information agency operations have also been analyzed, with an emphasis on their potential for adaptive application within the Ukrainian information space. The state-owned, commercial, and hybrid models are examined using the examples of leading global agencies – Xinhua, Reuters, Associated Press, and Agence France-Presse. The focus is placed on the importance of editorial independence, financial transparency, the implementation of cutting-edge technologies, and fact-checking as a key area of development.

Key words: news agency, model, fact-checking, information security, mass media, editorial independence.

© КОЧУБЕЙ Лариса Олександрівна – доктор політичних наук, професор, професор кафедри інформаційної діяльності і зв'язків з громадськістю Київського національного університету культури і мистецтв; ORCID: 0000-0002-8113-9068; e-mail: larisa.kochubey@ukr.net

© ШЕВЧЕНКО Микола Миколайович – аспірант Київського національного університету культури і мистецтв; ORCID: 0009-0001-9982-2244; e-mail: shevchenkon@gmail.com

Вступ. Світ змінюється, зокрема світ комунікацій і, відповідно, розвиток інформагенцій безпосередньо пов'язаний з діджиталізацією, зміною політичних процесів та інститутів. Також варто до уваги взяти той факт, що досліджувати еволюцію інформагенцій ефективніше не лише у національному, а й світовому контексті. Інформаційні агентства відіграють ключову роль у формуванні сучасного медіапростору, забезпечуючи обробку та поширення первинної інформації для інших ЗМІ, державних і комерційних структур, міжнародних організацій. Інформаційні агенції – це посередники між джерелами інформації та її розповсюджувачами.

В умовах зростання інформаційних загроз, гібридної війни та поширення фейкових новин потреба в незалежних, етично виважених та технологічно оснащених інформагенціях стає критично важливою, зокрема для України. Інформаційні агенції є ключовими елементами системи масової комунікації. Вони забезпечують оперативне, достовірне та об'єктивне інформування громадськості. В умовах війни, дезінформації та гібридної агресії роль інформаційних агентств особливо зростає. Вивчення зарубіжного досвіду дає змогу сформувати ефективну модель розвитку українських інформаційних структур.

Існує значна кількість праць, у яких розглядають як загальні закономірності розвитку інформаційних агентств, так і національні моделі їхнього функціонування. Україна може адаптувати ці моделі з урахуванням власних політичних та економічних реалій. Найперспективніші напрямки – перехід до цифрових форматів, забезпечення незалежності агентств, а також поглиблення співпраці з європейськими структурами.

Так, зокрема, американський вчений, фахівець у галузі міжнародних комунікацій, Олівер Бойд-Барретт досліджує інформагенції з точки зору глобального контексту функціонування агенцій. Професор проводив класичні дослідження про міжнародні інформагенції (Reuters, AP, AFP) [1].

Професор міжнародної комунікації Дая Кішан Тхусу підкреслює залежність інформаційних потоків від політичних і економічних інститутів. Вчений проаналізував світовий інформаційний потік, глобальний дисбаланс та роль агенцій у неоліберальному контексті [2].

Вчений у сфері міжнародної журналістики та комунікацій, Кріс Патерсон досліджує, як провідні агенції контролюють міжнарод-

ний інформаційний порядок денний. Також вчений проаналізував вплив великих агенцій на онлайн-простір [3].

Українська дослідниця О. Гарматій проаналізувала джерела, у яких висвітлювалися питання діяльності, особливостей та перспектив діяльності інформагенцій [4].

Частково питання дослідження висвітлювалися у працях О. Зернецької та інших дослідників [5; 6].

Міжнародними ж організаціями та програмами, які досліджують інформагенції, є:

- UNESCO з дослідження глобальних інформаційних потоків, «New World Information and Communication Order»;
- Reuters Institute for the Study of Journalism (University of Oxford) – щорічні звіти про новини та медіа;
- European Journalism Centre (EJC) – програми підтримки журналістики в країнах Східної Європи.

Проте, на сьогодні й досі бракує праць, які були б присвячені інтеграції українських агенцій до європейського інформаційного простору.

Метою статті є аналіз оптимальних моделей розвитку інформаційних агенцій в Україні, дослідження їх особливостей у контексті розвитку світових інформаційних агенцій.

Виклад основного матеріалу. Раніше кожній газеті було невідгідно тримати власного кореспондента в зарубіжних країнах, дешевше було купити інформацію в спеціалізованому на її постачанні агентстві. Вони тоді називалися агентствами преси і, на відміну від тодішніх газет і журналів, що мали лише національне поширення, здобули статус світових центрів із збирання інформації, постачаючи нею передплатників (газети, журнали, а в XX столітті й радіо та телебачення) у різних державах світу [7, с.4].

Варто зазначити, що перші світові інформаційні агенції з'являються у світі у XIX ст. Це, зокрема, “Agence Havas” у Франції (1835 p.); “Associated Press” у США (1846 p.); «Reuters» у Великій Британії (1851 p.).

Як стверджують дослідники, «у кінці XIX століття внаслідок виникнення великих європейських національних ринків... з'являється необхідність в отриманні швидкої і точної інформації, «супроводжуючої» економічний розвиток суспільства. На підтвердження даного факту відзначимо, що перші світові інформа-

ційні агентства: французьке «Gavas», німецьке «Volf» і англійське «Reuters», поділили між собою світовий інформаційний ринок і створили картель...» [8].

Необхідно зазначити, що із початком ХХ ст. і поступовим удосконаленням телекомунікацій та розвитком фотографії, кіно, радіо, а ще згодом і телебачення виникають інформаційні агенції не лише у країнах Західної Європи та США, а й авторитарних державах, таких, як СРСР та Китай.

Аналіз зарубіжного досвіду дозволяє окреслити ефективні шляхи розвитку та модернізації національних інформаційних агенцій. Так, у міжнародній практиці виділяють три основні моделі організації інформагенцій:

Державна модель: характерним є повне підпорядкування державним органам і урядове фінансування. Прикладом є китайська агенція Xinhua, яка підпорядковується органам державної влади, фінансується з бюджету і виконує ідеологічні функції [9]. Ці агенції повністю або переважно фінансуються державою, мають за мету не лише інформування, а й просування державної політики. Їх часто критикують за пропагандистський характер. Основна мета – підтримка державної політики, що часто призводить до пропагандистської спрямованості.

Комерційна модель. Представлена агенцією Reuters (Велика Британія) і Associated Press (США). Ці агентства працюють за підпискою або продажем контенту ЗМІ. Вони незалежні від держави, працюють на принципах рентабельності та журналістської етики. Комерційна модель – це незалежні структури, які орієнтовані на продаж контенту і підписки (Reuters, AP) і для яких характерна висока редакційна автономія та професійні стандарти. AP функціонує як кооператив, що належить медіа-клієнтам, власниками є американські медіа, тоді як Reuters – це приватна компанія із глобальним охопленням. Їхня діяльність базується на продажу інформаційного контенту з дотриманням високих журналістських стандартів [10].

Гібридна модель. Комбінація державної підтримки та самофінансування: створює баланс між фінансовою стабільністю та незалежністю.

Яскравим прикладом є французька агенція AFP, яка частково фінансується державою, а частково – за рахунок комерційної

діяльності. Такий підхід дозволяє забезпечити баланс між редакційною автономією та фінансовою стабільністю [11]. Така модель дає змогу агенції зберігати стабільність фінансування і відносну редакційну незалежність. Приклад: France-Presse (AFP) – фінансується як з державного бюджету, так і з комерційної діяльності.

Українські дослідники успішно впроваджують відповідний аналіз гібридних моделей. Зокрема, у контексті цифрової трансформації державних інституцій застосовуються гібридні моделі управління, які поєднують державне фінансування з цифровими інструментами (електронне урядування, використання big data, штучного інтелекту) тощо.

Також досить популярним стає підхід e-Government у ЄС (наприклад, англо-американська модель), коли акцентується увага на прозорості, доступності, ефективності, що є релевантним для агенцій, які повинні надавати відкриту та перевірену інформацію.

Ключові характеристики успішних агенцій:

- редакційна незалежність. Незалежні агентства користуються вищим рівнем довіри з боку аудиторії та медіа. Наприклад, Reuters має кодекс принципів, що забороняє будь-яке політичне втручання [12];

- прозорість фінансування. Джерела доходу мають бути відкритими, щоб уникати звинувачень у залежності або лобізмі. Найкращі приклади (AP, Reuters) демонструють повну прозорість джерел доходу та редакційної політики. Це забезпечує довіру аудиторії;

- інноваційність. Найбільші агенції впроваджують технології штучного інтелекту для автоматизації новинного потоку, аналізу великих обсягів даних, мультимедійного виробництва [13];

- технологічна модернізація. Так, західні агенції активно використовують штучний інтелект, автоматизовану журналістику, мультимедійні платформи, роботу з big data для створення та поширення новин;

- західні агенції активно використовують штучний інтелект, автоматизовану журналістику, мультимедійні платформи, роботу з big data для створення та поширення новин;

- фактчекінг та боротьба з дезінформацією: агенції Reuters, AFP та інші мають окремі підрозділи, які перевіряють достовірність поширюваної інформації, що особливо актуально в умовах інфля-

ції фейкових новин [14]. Reuters та AFP мають окремі підрозділи з перевірки фактів. Це важливо для забезпечення правдивої інформації в умовах постправди;

- етичні стандарти: провідні агенції мають чіткі редакційні політики, кодекси журналістської етики, що обмежують вплив політики або бізнесу на зміст новин.

Актуальні виклики та можливості для України. По-перше, потреба у довірі до медіа. Український інформаційний простір характеризується низьким рівнем довіри до медіа, частковою монополізацією ринку та політичним впливом на державні агенції. Більшість українських агенцій, зокрема Укрінформ, перебувають у державному підпорядкуванні, що обмежує їхню редакційну свободу. Водночас відсутність належного технічного оснащення і нестача інвестицій гальмують розвиток. Низький рівень довіри до медіа в Україні вимагає створення прозорої, незалежної інформаційної агенції, яка матиме суспільну підтримку.

По-друге, залежність від держави. Багато українських агентств (наприклад, Укрінформ) мають державне фінансування, що ставить під сумнів їхню незалежність. Варто орієнтуватися на гібридну модель, як, наприклад, у AFP.

По-третє, протидія російській пропаганді. Україна має інтегрувати найкращі практики фактчекінгу, створити спільні платформи з європейськими агентствами.

По-четверте, інтеграція до міжнародних мереж. Участь українських агентств у міжнародних альянсах та об'єднаннях (наприклад, European Alliance of News Agencies) підвищить якість контенту та авторитет на міжнародній арені.

Перспективи впровадження зарубіжного досвіду та рекомендації для України. Для підвищення ефективності інформагенцій в Україні доцільно:

- запровадити гібридну модель фінансування, за прикладом AFP; поєднання бюджетної підтримки з комерційною діяльністю. Розвиток гібридної моделі передбачає, що українські агенції можуть поєднувати державну підтримку з комерційною діяльністю, забезпечуючи незалежність і стійкість;

- прозорість: створити незалежні редакційні ради або наглядові органи; започаткувати незалежний редакційний наглядовий орган – для гарантії неупередженості;

- створення підрозділів перевірки фактів, подібних до тих, що діють в AFP та Reuters;
- розвивати регіональні інформаційні агентства з метою децентралізації новинного ландшафту;
- фактчекінг та етичні стандарти: розвивати фактчекінгові ініціативи в межах державних або незалежних агенцій;
- цифровізація: підтримувати цифрову трансформацію – автоматизацію новин, роботу з big data, адаптацію контенту до нових форматів; підвищити технологічний рівень – впровадження AI, мультимедійних форматів, платформи для мобільного споживання. Особлива увага до big data, що активно використовують компанії, уряди, наукові установи для прийняття більш обґрунтованих рішень на основі аналізу даних;
- відповідно до моделі e-Government важливо забезпечити відкритість джерел та використання технологій для автоматизованого виробництва новин;
- міжінституційна взаємодія: активізувати участь у міжнародних професійних об'єднаннях, таких, як European Alliance of News Agencies; поглибити міжнародну співпрацю – через партнерство з агентствами AFP, DPA, EFE тощо.

Отже, інформаційні агенції є основними постачальниками новин для медіа, відіграють ключову роль у формуванні громадської думки та забезпеченні інформаційної безпеки.

У світі функціонують три основні моделі інформагенцій: державна (Xinhua); комерційна (Reuters, AP); гібридна (AFP).

Найуспішнішими вважаються незалежні або гібридні моделі, які поєднують фінансову сталість із редакційною автономією.

Ключовими характеристиками провідних агенцій є: прозоре фінансування; високі етичні стандарти; використання новітніх технологій (AI, мультимедіа); системна боротьба з фейками.

Українські агенції часто залежать від держави, що впливає на довіру до них та знижує конкурентоспроможність.

Україні варто орієнтуватися на гібридну модель, подібну до AFP, яка включатиме наступні складові: державну підтримку, ринковий дохід та незалежну редакційну політику.

Розвиток українських інформагенцій має включати: технологічну модернізацію; посилення регіональних агенцій; міжнародну інтеграцію; створення незалежного наглядового органу.

Комбінація державної підтримки та ринкових механізмів – основа гібридної моделі, яка найкраще відповідає сучасним викликам: інформаційній безпеці, технологічній модернізації й глобальній інтеграції. Українська наукова спільнота вже окреслює інституційні та цифрові рамки такої трансформації. Подальша адаптація цих моделей в українських агентствах сприятиме збільшенню їхньої довіри, якості та ефективності.

За прикладом мережевих моделей ГОУ (G2G, G2C) необхідно посилювати співпрацю між агентствами, урядом, громадськими організаціями.

Зарубіжний досвід демонструє, що успішні інформаційні агенції поєднують прозору економічну модель, незалежність редакційної політики, високу якість контенту та використання новітніх технологій; фінансову незалежність, етичність, технічну інноваційність та прозору політику. Україна має потенціал для інтеграції в європейський інформаційний простір, але це потребує цілеспрямованої державної політики, підтримки медіареформ та залучення інвестицій у сферу новинної журналістики. Для України це – орієнтир, як сформуванню стійкої, незалежної й ефективної системи новинних агенцій, здатної відповідати на виклики часу, зокрема інформаційну війну.

Зарубіжний досвід може стати фундаментом для реформування інформаційного простору України та зміцнення інформаційної безпеки.

1. Boyd-Barrett, O. The International News Agencies. 1980. 284 p.
2. Thussu, Daya Kishan International Communication: Continuity and Change". 3-тє вид. 2018. 392 p.
3. Paterson, Chris. News Agency Dominance in International News on the Internet // Papers in International and Global Communication. 2006. № 5.
4. Гарматій О. *Інформаційні агентства як об'єкт сучасних праць українських та зарубіжних дослідників: Зб. праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2015. Вип. 5. С. 334-347.
5. Зернецька О. Глобальна комунікація: монографія. Київ: Наук. думка, 2017. 350 с. URL: <http://uaforeignaffairs.com/ua/blog/usi-blogi/view/article/novii-svitovii-vimir/>;
6. Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини: монографія. Київ: Освіта, 1999. 352 с.
7. Григораш Д.С. Журналістика в термінах та виразах. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.
8. Matien M., Conso C. Les agences de presse internationales. Paris, 1997. P. 3.
9. Xinhua News Agency. About Us. URL: <https://english.news.cn/>
10. Reuters Trust Principles. URL: <https://www.reutersagency.com/en/about/>

trust-principles/ 11. Agence France-Presse. Governance & Funding. <https://www.afp.com/en/agency/governance>. 12. Plaisance P. L. (2014). *Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice*. SAGE Publications. URL: <https://sk.sagepub.com/book/mono/media-ethics-key-principles-for-responsible-practice-second-edition/chpt/transparency>. 13. Tandoc, E. C., & Maitra, J. (2022). AI and automation in journalism: Ethics and efficiency. *Journalism Studies*, 23(1), P.1–17. <https://english.news.cn> 14. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Council of Europe Report .URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>

References

1. Boyd-Barrett, O. *The International News Agencies*. 1980. 284 p.
 2. Thussu, Daya Kishan *International Communication: Continuity and Change*”. 3-тє вид. 2018. 392 p. 3. Paterson, Chris. *News Agency Dominance in International News on the Internet // Papers in International and Global Communication*. 2006. № 5. 4. Harmatii, O. (2015). Information agencies as an object of modern research by Ukrainian and foreign scholars. *In Collection of works of the Research Institute of Press Studies* (Vol. 5, pp. 334–347). 5. Zernetska, O. *Global communication: monograph*. Kyiv: Naukova Dumka. Retrieved from <http://uaforeignaffairs.com/ua/blog/usi-blogi/view/article/novii-svitovii-vimir/> 6. Zernetska, O. (1999). *Global development of mass communication systems and international relations: monograph*. Kyiv: Osvita, 1999. 352 c. 7. Hrygorash D.S. *Journalism in terms and expressions*. Lviv: PAIS, 2004. 312 p. 8. Matien M., Conso C. *Les agences de presse internationales*. Paris, 1997. P. 3. 9. Xinhua News Agency. *About Us*. URL: <https://english.news.cn/> 10. Reuters Trust Principles. URL: <https://www.reutersagency.com/en/about/trust-principles/> 11. Agence France-Presse. Governance & Funding. <https://www.afp.com/en/agency/governance>. 12. Plaisance P. L. (2014). *Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice*. SAGE Publications. URL: <https://sk.sagepub.com/book/mono/media-ethics-key-principles-for-responsible-practice-second-edition/chpt/transparency>. 13. Tandoc, E. C., & Maitra, J. (2022). AI and automation in journalism: Ethics and efficiency. *Journalism Studies*, 23(1), P.1–17. <https://english.news.cn> 14. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Council of Europe Report .URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>

Kochubei Larysa, Shevchenko Mukola. Information agencies: international experience for Ukraine

This study provides a comprehensive analysis of international models of information agency operations with the aim of shaping an effective development strategy for Ukrainian news agencies. The authors emphasize the contemporary challenges faced by Ukraine’s information sector, particularly in the context of

hybrid warfare, digital transformation, and the urgent need for accurate and unbiased public communication.

The research focuses on the comparative examination of leading global news agencies – Xinhua (China), Reuters (United Kingdom), Associated Press (USA), and Agence France-Presse (France) – representing three major organizational models: state-owned, commercial, and hybrid. The study outlines key features of each model, paying particular attention to:

- Editorial independence as a cornerstone of public trust in news content;
- Financial transparency as a means of ensuring resilience and reducing political influence;
- Implementation of cutting-edge technologies, including AI, big data, and automation of news production;
- Fact-checking practices as a crucial response to the growing threat of disinformation and fake news.

The article offers practical recommendations for the reform of Ukrainian information agencies, drawing on international best practices. These include:

- Strengthening the institutional and editorial independence of state-owned agencies from governmental structures;
- Introducing a hybrid funding model that balances public support with market mechanisms;
- Expanding international partnerships with global news organizations;
- Promoting digital transformation through multimedia formats and platform-specific content strategies;
- Establishing in-house fact-checking units to ensure the reliability of distributed information.

In conclusion, the authors argue that the effective operation of information agencies in Ukraine requires systemic transformation based on professionalism, technological innovation, and a strong sense of public responsibility. The international experience of established news agencies offers valuable insights for building a competitive and trustworthy information infrastructure in Ukraine.

Key words: news agency, model, fact-checking, information security, mass media, editorial independence, Ukraine.