

Шульженко А. С.

Бердянський державний педагогічний університет

Рула Н. В.

Бердянський державний педагогічний університет

ЖАНРОВЕ РІЗНОМАНІТТЯ НА СТОРІНКАХ ВІТЧИЗНЯНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ У ПЕРІОД ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

У статті проаналізовано жанрове різноманіття інформаційних продуктів сучасних інформаційних агентств (далі – ІА) України (Укрінформ, Уніан та АрміяІнформ), які висвітлюють події повномасштабної російсько-української війни. Актуальність дослідження зумовлена подіями російської агресії проти України, інформація про які не сходить зі шпальт світових та вітчизняних медіа. Не є винятком і інформаційні агентства, які одними з перших почали висвітлювати наслідки злочинних дій російської федерації проти українців та їхніх дітей, проти цивільної та воєнної інфраструктури України, проти пам'яток культури національного та світового значення тощо.

Авторами висвітлено теоретичні основи дослідження жанрового різноманіття повідомлень інформаційних агентств, встановлено, які з них домінують. Зіставний метод є одним з ключових у роботі, адже дає можливість виявити спільні й відмінні риси у жанровому наповненні аналізованих ІА.

У результаті аналізу контенту інформагентств з'ясовано, що вони спеціалізуються на інформаційних жанрах подачі інформації, таких як замітка, інтерв'ю, зрідка – репортаж та звіт. Замітка є найпопулярнішим універсальним жанровим різновидом, оскільки чітко, коротко й лаконічно описує все те, що відбувається в Україні і дає змогу оперативно висвітлювати події. Інтерв'ю, як інформаційний жанр, є поширеним на сторінках Укрінформу, що не є характерним для інших аналізованих інформагентств. Репортаж та звіт, урахувавши тематику новин, практично не використовуються журналістами досліджуваних ІА.

Отже, аналіз жанрового різноманіття новин інформаційних агентств періоду повномасштабної російсько-української війни дає змогу констатувати, що замітки є найпоширенішим жанром, за допомогою якого журналісти оперативно висвітлюють інформацію і доставляють її аудиторії.

Ключові слова: інформаційні агентства, інформаційні жанри, замітка, інтерв'ю, репортаж, звіт.

Постановка проблеми. Сучасне життя неможливо уявити без упорядкованого руху інформації, який відображає процеси та явища, що мають місце в житті суспільства, фіксує знання, соціальний досвід та історичну пам'ять. Інформація потребує до себе серйозного ставлення, оскільки є інтелектуальним надбанням країни та її громадян, ресурсом суспільства, який повинен витратитися ефективно.

У наш час засоби масової інформації (далі – ЗМІ) не є єдиними виробниками 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 інфор-

маторів, аналітична діяльність), так і на діяльність різноманітних аналітичних центрів (неурядових організацій), які здійснюють соціологічні та аналітичні дослідження, а також на інформаційні агентства, прес-центри.

На сьогодні інформаційні агентства вважаються одним з головних суб'єктів медіапроцесів, що значною мірою визначають контент, обсяг, тематичну спрямованість інформаційних потоків. Від них залежить, якою буде «новинна 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 150 днів, не сходять 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 та їхніх дітей, проти цивільної та воєнної інфраструктури України, проти пам'яток культури національного та світового значення тощо. Комплексного дослідження діяльності вітчизняних інформаційних агентств у період повномасштабної російської агресії в науковій літературі ще немає. Тому **актуальність** вбачаємо в дослідженні діяльності інформаційних агентств України під час російсько-української війни, а саме в аналізі новин щодо їхнього жанрового різноманіття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інформаційні агентства неодноразово були об'єктами досліджень не тільки зарубіжних (Р. Богданські, О. Кузнецова, Ю. Погорелій, В. Шнайдер та ін.), а й вітчизняних дослідників (О. Гарматій, В. Здоровега, А. Москаленко, Ю. Нестеряк та ін.). У вивчення змістового наповнення, структури, жанрового оформлення, обсягу та інших аспектів підготовки й написання матеріалів інформаційних агентств, особливостей їхньої діяльності зробили вагомий внесок, зокрема, українські науковці О. Гарматій, В. Ільченко, М. Карась, В. Миронченко, М. Недопитанський, Ю. Нестеряк та ін.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження – проаналізувати сучасні інформаційні агентства України, які висвітлюють події російсько-української війни, з позиції їхньої жанрової своєрідності, виявити спільне і відмінне в них.

Об'єкт дослідження – інформаційні агентства України (Укрінформ, УНІАН та АрміяInform),

Предмет – жанрові особливості новин, які висвітлюють російсько-українську війну на сторінках сучасних ІА України, а саме: Укрінформ, УНІАН та АрміяInform.

Методи дослідження обумовлені об'єктом і предметом нашої роботи. Зокрема, для всього загалу інформації застосовувалися загальнонаукові методи аналізу, синтезу, групування та узагальнення матеріалу. У процесі аналізу діяльності інформаційних агентств Укрінформ, УНІАН та АрміяInform використовувався зіставний метод та метод контент-аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів.

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 покликані задовольнити декларовану мету журналістики, тому по праву можуть вважатися самостійними засобами масової інформації [3].

Історія розвитку й діяльності інформаційних агентств налічує вже 180 років, але впродовж більшої частини цього періоду інформгентства 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. Глобалізація інформаційно-комунікаційних процесів, зростання ролі інформгентств у сучасній інформаційній індустрії, збільшення їхньої частки в інформаційному обігу ставлять на порядок денний теорії та практики журналістики потребу ґрунтовного вивчення потенціалу агенційної журналістики [2].

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 інформгентств України мали пропагандистську спрямованість. Вони, насамперед, переслідували мету національного відродження держави, ознайомлення світової спільноти із прагненнями українців і несли ідеологічне навантаження [4, с. 27].

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

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 [8, с. 37]. А. Тертичний інформаційні жанри поділяє на замітку, інформаційну кореспонденцію, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, запитання-відповідь, репортаж, некролог [9, с. 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) [5].

Специфіка інформаційних агентств дозволяє виділити жанри, властиві виключно цьому виду журналістської діяльності: замітка та її види (подієва замітка, анонс, анотація, мініогляд, бліц-портрет, мінірецензія, мініпорада, виклад думки); інформаційний огляд; інформаційне інтерв'ю (опитування, анкетування, пресконференція); інформаційний звіт; репортаж; інформаційна кореспонденція [6].

Замітка – це один із найпопулярніших жанрів інформаційної журналістики, «у якому точно, стисло й оперативно повідомляється про найсуттєвіші життєві факти» [9, с. 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, Укрінформ містить такі актуальні замітки: «У Маріупольському районі загарбники розстрілюють українських волонтерів і чиновників» [10], «Кулеба не побачив потужних рішень щодо України у проєкті документа Мадридського саміту НАТО» [10], «Блінкен обговорив з італійським колегою питання продовольчої безпеки через війну в Україні» [10] тощо. 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: «СС «перекриє кисень» ряду пропагандистів Путіна у рамках шостого пакета санкцій» [11], «Ердоган провів окремі перемовини з Зеленським та Путіним: що відомо» [11], «Вереск над болотом: у Зеленського розповіли про реакцію РФ на передачу MLRS Україні» [11] тощо. Наведені замітки характери-

зуються тим, що після опису події (явища) кореспондент надає слово експерту, який висловлює свою авторитетну думку щодо інциденту, тому вони є коментованими.

Замітки інформагентства 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» [1], «Українські військові показали бойову роботу гаубиць FH70» [1], «Росармія здійснила 6684 злочини проти національної безпеки України» [1] тощо.

Прикладом розширеної замітки є такі матеріали: «росія перевела військові виробництва на посилений режим роботи – Ганна Маляр» [1], «Українські війська відтісняють окупантів на Південнобузькому та Криворізькому» [1], «Міністерство оборони досягло безперервного забезпечення ЗСУ – Ганна Маляр» [1] тощо. Специфічною особливістю матеріалів є чіткість, лаконічність, відсутній розгорнутий опис. Це все знаходить своє відображення в подієвих замітках, які домінують на сторінках інформагентства АрміяInform.

Отже, замітки переважають серед інших жанрів на сторінках інформаційних агентств, оскільки дають змогу журналістам швидко, оперативно подати основну ідею 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 [9, с. 43]. Цей жанр дещо нагадує газетний, однак у практиці інформаційних агентств має й свої особливості. Найважливіша з них – інтерв'ю ніколи не з'являється на стрічці окремо. 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 [7].

Для Укрінформу 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» [10], Дмитро Орлов, міський голова Енергодара: «В окупації відчуття, що вас відкинули на 30 років назад» [10], Руслан Стефанчук, Голова Верховної Ради: «Увесь цивілізований світ готовий сприяти Україні в післявоєнній відбудові» [10] тощо.

Для Уніан нехарактерна така подача матеріалів у вигляді інтерв'ю за проаналізований проміжок часу. Вся увага інформгентства зосереджена на оперативному висвітленні подій війни проти України у вигляді заміток.

АрміяInform за проаналізований період опублікувала інтерв'ю Ганни Маляр проєкту «*Говорить великий Львів*» від 08 квітня 2022 року, подане у вигляді відею на ютуб-каналі [1].

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», 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» [9, с. 72] інформацію про важливу суспільну, мистецьку чи літературну подію. Репортаж передбачає динамічне відтворення події, показ її найхарактерніших деталей, використання емоційної лексики, поживлення оповіді, використання діалогічного мовлення.

Укрінформ використовує репортаж як форму подачі інформації для висвітлення тих чи інших подій, наприклад: «*Бай-бай, Лозниця!*» [10], «*Три дні з друзинами та мамою захисників Маріуполя*» [10], «*Кам'янське: життя у «сірій зоні»*» [10] тощо.

На сторінках інформгентства Уніан найчастіше зустрічаються відео репортажі з посиланням на ютуб-канал: «*Камера тортур у Димері: репортаж ТСН із російської катівні*» [11], «*Життя серед руїн: як подружжя пенсіонерів живе на лінії фронту*» [11] тощо.

Інформаційне агентство «АрміяInform» репортажі для опису російсько-української війни практично не використовує, зафіксовані лише пооди-

нокі повідомлення: «*Сили оборони звільнили черговий населений пункт – село Дмитрівку*» від 01 квітня 2022 року [1], «*Звільнена після окупантів Буча*». Ексклюзивний репортаж від 03 квітня 2022 року [1].

Звіт належить до оперативно-дослідницьких інформаційних жанрів, він становить собою «розповідь-повідомлення про важливі масові заходи і передбачає належну повноту викладу матеріалу, використання яскравих деталей, показ життєвих ситуацій, оцінні судження, авторські узагальнення» [9, с. 41]. Звіти аналізованими інформгентствами публікуються дуже рідко, наприклад, Укрінформ: «*Дефіцит держбюджету за п'ять місяців становив 263,2 мільярда – Мінфін*» [10], «*Міжнародні експерти: Депортація українців до росії є геноцидом*» [10], або АрміяInform: «*Війна, розв'язана рф проти України, має характер геноциду – звіт експертів*» [1].

Проаналізувавши жанрове різноманіття інформаційних продуктів Укрінформу, Уніану та АрміяInform, можна стверджувати, що журналісти найчастіше публікують замітки, рідше – інші жанрові різновиди.

Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку. 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 інформгентств, оперативної, швидкої, достовірної інформації стосовно того, що відбувається на фронті. На сторінках аналізованих ІА домінують інформаційні жанри, тому проаналізувавши їхній контент, можемо стверджувати, що найчастіше журналісти подають інформацію в стислому, невеликому обсязі, витрачаючи для його підготовки мінімальну кількість часу, адже висвітлення подій війни вимагає від медійників оперативності в донесенні новин до своєї аудиторії.

Список літератури:

1. АрміяINFORM : Веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення: 09.06.2022).
2. 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-jej-prozycja-w-swiecie-mediow> (дата звернення: 07.07.2022).
3. 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).
4. Децик О. С. Інформаційне висвітлення діяльності органів влади як предмет наукових досліджень. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2013. № 8. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=609> (дата звернення: 03.06.2021).

5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с. URL: <http://toloka.to/t51516> (дата звернення: 03.06.2021)
6. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. учеб. пособ. для студентов вузов, обучающихся по спец. 021400 «Журналистика». М. : ЮНИТИ-ДАНА. 2005. 383 с.
7. Кройчик Л. Е. 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)
8. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації : посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Л. : ПАІС. 2005. 176 с.
9. Лащук О. Р. Редактирование информационных сообщений : учебное пособие для студентов вузов. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm> (дата звернення: 09.06.2022).
10. Москаленко А. З. Теорія журналістики: навч. посіб. Київ: Експрес-об'ява, 2002. 334 с. URL: <http://toloka.to/t51639> (дата звернення: 03.06.2021)
11. Нестеряк Ю. В. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. «Журналістика». Київ: 2005. 21 с.
12. Погорелый Ю. А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата звернення: 07.06.2022).
13. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. Укл.: Ю. Бідзіля. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
14. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М. : Аспект Пресс, 2001. 321 с.
15. Укрінформ : Веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/block-lastnews> (дата звернення: 07.06.2022).
16. УНІАН : Веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/> (дата звернення: 07.06.2022).

Shulzhenko A. S., Rula N. V. GENRE DIVERSITY ON THE PAGES OF DOMESTIC NEWS AGENCIES DURING THE PERIOD OF FULL-SCALE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

The article analyses the genre variety of information products of modern information agencies (hereinafter – IA) of Ukraine (Ukrinform, Unian and ArmiiaInform), which cover the events of the full-scale Russian-Ukrainian war. The relevance of the study is determined by the events of Russian aggression against Ukraine, information about which does not leave the columns of the world and domestic media. News agencies are no exception, which were among the first to highlight the consequences of the criminal actions of the Russian Federation against Ukrainians and their children, against the civil and military infrastructure of Ukraine, against cultural monuments of national and world importance, etc.

The authors highlighted the theoretical foundations of the study of the genre diversity of news agency messages, and determined which of them dominate. The comparative method is one of the keys in the research, because it makes it possible to identify common and distinctive features in the genre content of the analysed AI.

As a result of the analysis of the content of news agencies, it was found that they specialize in informational genres of information presentation, such as a note, an interview, occasionally a reportage and a report. The note is the most popular universal genre variety, as it clearly, briefly and succinctly describes everything that is happening in Ukraine and makes it possible to quickly cover the events. Interviews, as an information genre, are widespread on the pages of Ukrinform, which is not characteristic of other analysed news agencies. The reportage and the report, taking into account the topic of the news, are practically not used by the journalists of the studied AI.

Therefore, the analysis of the genre variety of news agencies during the period of the full-scale Russian-Ukrainian war makes it possible to state that notes are the most common genre, with the help of which journalists quickly cover information and deliver it to the audience.

Key words: news agencies, information genres, note, interview, reportage, report.