

*Шульженко А. С.*

Бердянський державний педагогічний університет

## ІНФОРМАЦІЙНА НАСИЧЕНІСТЬ ПОВІДОМЛЕНЬ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА «АРМІЯІNFORM»

*Стаття присвячена структурному та тематичному аналізу контенту інформаційного агентства (далі – ІА) «АрміяІnform», яке спеціалізується на питаннях, пов'язаних з армією та військовими подіями. З початком повномасштабної війни в Україні це ІА користується популярністю та авторитетом серед інших медіа, оскільки залучає до співпраці воєнкорів, компетентних осіб, які мають відношення до військової справи, що позитивно позначається на якості публікацій.*

*У статті проаналізовано, яким чином структуруються публікації, яким новинам відведено першочергове місце на головній сторінці ІА; встановлено, що контент АрміяІnform характеризується конвергентністю, оскільки висвітлюються не тільки текстові і фотоматеріали на сайті, в соціальних мережах і меседжерах, а й є Армія FM, яка дає можливість у будь-який час і в будь-якому місці слухати новини, а також Армія TV – для перегляду сюжетів.*

*У результаті дослідження вдалося проаналізувати рубрики АрміяІnform, а також виявити, що, окрім основного поділу матеріалу, на головній сторінці можемо бачити тематичний розподіл матеріалу під хештегами, де читач може легко й швидко знайти інформацію, яка його цікавить.*

*Окрім цього, встановлено, що ІА дотримується вимог до матеріалів інформаційних жанрів: інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значущість, правдивість, фактологічна точність, стислість, лаконізм, виразність, простота, ясність, декодованість та релевантність. Це дає змогу аудиторії без перешкод сприймати й розуміти інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни.*

*Отже, інформагентство «АрміяІnform» викладає і структурує матеріали за рубриками та хештегами, де для зручності реципієнтів найважливіші та найактуальніші публікації дублюються на головній сторінці інформаційного агентства. Інформаційна насиченість матеріалів свідчить про те, що медійники враховують інтереси аудиторії, надають їй достовірну, кваліфіковану, повноцінну інформацію щодо подій повномасштабної війни в Україні.*

**Ключові слова:** інформаційне агентство, інформаційна насиченість матеріалів, декодованість, релевантність, оригінальність.

**Постановка проблеми.** Роль і значення інформаційних агентств загалом, і спеціалізованих зокрема, сьогодні безсумнівно є значущою, особливо коли мова йде про потреби суспільства максимально оперативно отримувати повноцінну, якісну, актуальну інформацію щодо повномасштабної війни в Україні. Ураховуючи реалії сьогодення, АрміяІnform є тим медіа, якому довіряє аудиторія. 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.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інформаційні агентства неодноразово були об'єктами досліджень як зарубіжних (Р. Богданські [2], В. Шнайдер [10] та ін.), так і вітчизняних дослідників (О. Гарматій [3], В. Здоровега [4], А. Москаленко [5], Ю. Нестеряк [8] та ін.). У вивчення тематичного наповнення, структурних особливостей повідомлень, жанрового контенту та інших аспектів функціонування інформаційних агентств, зробили вагомий внесок українські науковці: О. Гарматій [3], В. Ільченко [7], М. Карась [7], В. Миронченко [9], М. Недопитанський [7], Ю. Нестеряк [8] та ін.

**Постановка завдання.** Мета дослідження – проаналізувати структуру та тематичне наповнення спеціалізованого інформаційного агентства

«АрміяInform», виявити специфічні риси, які характеризують його діяльність у період повномасштабної війни в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи контент інформаційного агентства «АрміяInform», можна помітити, що йому притаманна конвергентність, що дає можливість не тільки читати матеріали на офіційному сайті, соціальних мережах і меседжерах, а й слухати, оскільки мають радіохвилю, та переглядати сюжети на YouTube. Інформаційна насиченість агентства дає змогу йому конкурувати в сучасному медійному просторі і мати свою численну аудиторію.

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: рубрика «Новини», «Публікації», «Репортажі» та «Соціальний захист».

Щодо головної сторінки АрміяInform, то агенціїники тут органічно поєднують традиційну подачу матеріалу разом з конвергентністю та мультимедійністю. Так, стрічка новин містить найактуальнішу інформацію, наприклад: «*«Яець по 17 гривень» більше не буде: як Міноборони ліквідує ризики корупції на закупівлях для ЗСУ»*, «*Німеччина готує новий пакет військової допомоги Україні на 1,1 млрд євро*» тощо.

Розглянемо детальніше структурування матеріалу на головній сторінці аналізованого інформагентства.

Рубрика «Новини» висвітлює найактуальнішу інформацію про події, що відбуваються в Україні та світі, наприклад: «*Велика Британія передасть Україні тисячі безпілотників»*, «*Юрій Ігнат: У росіян є проблеми з «калібрами», це очевидно»*, «*Володимир Зеленський завтра відвідає Німеччину та Францію і виступить на Мюнхенській конференції»* тощо.

У рубриці «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: «*Танкові будні. Зазирніть у вічі бійцям, які захищають нас від росії»*, «*Посол США про ворожі обстріли Харкова: Потрібно зупинити*

*такі жахливі злочини» та інтерв'ю: «Я краще втрачу якусь позицію, ніж допущу загибель всього особового складу – Олександр Сирський»*, «*Україна може переважати на полі бою за рахунок технологічного домінування – заступник Міністра оборони»* 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: «*Мінус ще 910 окупантів, 24 артсистеми та 22 ББМ: втрати росармії за останню добу»* (15.02.2024).

Рубрика «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»*, «*Рашисти «денаціоналізували» агрофірму, але фермери її відновлюють»*, «*Один день із життя саперів на Харківщині: фоторепортаж»* тощо.

Рубрика «Соціальний захист», присвячена останнім новинам, актуалізованій інформації та аналітиці щодо соціального забезпечення та підтримки військовослужбовців та їхніх сімей, наприклад: «*Матдопомога для вирішення соціально-побутових питань: чи надаватимуть у 2024 році»*, «*Як отримати статус УБД цивільним, які брали участь у захисті України: роз'яснення Мінветеранів»* тощо. Матеріали, які розміщуються тут є дуже важливими для громадськості, для соціального захисту населення, адже кожен громадянин може знайти відповіді на питання, які його хвилюють.

Окрім основного поділу матеріалу, на головній стрічці можемо бачити тематичний розподіл матеріалу під такими хештегами: «*#STOPRUSSIA»*, «*#ХАРКІВСЬКИЙ ТРИБУНАЛ»*, «*#ГЕРОЇ НЕСКОРЕНОЇ УКРАЇНИ»*, «*#ДЕОКУПАЦІЯ»*.

Під хештегом «*#STOPRUSSIA»* міститься найактуальніша інформація щодо війни, події висвітлюються на головній сторінці і дублюються в цій рубриці: «*Ліквідацію російської імперії змоделювали на конференції в Києві»*, «*Чотири F-16 збили п'ять ворожих літаків з шести: унікальний для НАТО авіабій»* тощо.

Під хештегом «#ХАРКІВСЬКИЙ\_ТРИБУ-НАЛ» висвітлюються події, пов'язані зі злочинними діями російської армії щодо українського народу, а також з нанесенням шкоди цивільній інфраструктурі України, наприклад: «Обстріл Великого Бурлука на Харківщині: кількість загиблих зросла до чотирьох», «Армія РФ упродовж доби гатила по Сумщині та Чернігівщині, зафіксовано 40 вибухів» тощо.

Під хештегом «#ГЕРОЇ\_НЕСКОРЕНОЇ\_УКРАЇНИ» інформагентство публікує інформації щодо героїчних подвигів наших воїнів, які кожного дня віддають свої власні життя заради майбутнього нашої країни та наших дітей: «Загинув український льотчик Владислав Риков, на рахунок якого 385 бойових вильотів», «Льотчик-бомбардувальник про знищені колони окупантів, ворожі ракетні удари по аеродромах та польоти на гранично малих висотах» тощо.

Під хештегом «#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: «Близько 2300 анкет подано до кадрового резерву для роботи в деокупованому Криму – Таміла Ташева», «Деокупація Криму – це насамперед визволення громадян України» тощо.

Зупинимося на детальному аналізі головної сторінки інформаційного агентства.

Категорія «Озброєння та техніка» тримає аудиторію в курсі всіх поставок військової техніки від міжнародних партнерів з метою боротьби проти рашистської навали, наприклад: «Розбиває цілі зі швидкістю 80 м/с: представлено перехоплювач, який може нищити ударні БПЛА», «Два унікальні трофейні російські танки Т-90М стали на облік ЗСУ» тощо.

Категорія «Відео» містить відеодайджести, брифінги, а також усі відеоматеріали, які є наочними доказами російських злочинів проти українського суспільства: «На Запорізькому напрямку Сили оборони відбили штурм і взяли в полон 11 росіян», «У Сухопутних військах показали ефектну детонацію російського танка» тощо.

Категорія «Інтерв'ю» містить інтерв'ю з експертами, фахівцями у военній галузі, які надають кваліфіковану інформацію щодо тих чи інших подій на фронті: «Рекрутинг в ЗСУ: надаємо можливість для нормального вибору місця служби – Олексій Бежсевич», «Як українці в Росії розкололися натрое та кого забув Зеленський у своєму указі» тощо.

Категорія «Актуальна тема», де назва говорить сама за себе, уміщує найактуальнішу інформацію щодо подій повномасштабної російсько-української війни, як-от: «Кирило Буданов назвав найважливіші чинники для перемоги України у війні з росією», «Втрати РФ у боях за невелике місто на Донеччині становлять близько 15 тисяч загиблих» тощо.

У категорії «Реабілітація» можна знайти інформацію щодо підтримки та відновлення військовослужбовців, які отримали поранення на війні: «У власність Міноборони повернули заклад охорони здоров'я, де створять центр з реабілітації поранених», ««Шахтар» створює футбольну команду для військових з ампутаціями» тощо.

Категорія «Світ» оприлюднює матеріали, які підтверджують тезу, що весь світ допомагає Україні в цій цинічній, несправедливій війні, наприклад: «Сіра зона Європи. 10 важливих для України тез зі звіту Мюнхенської безпекової конференції, яка стартує сьогодні», «Україна отримує нову партію іспанських бронетранспортерів М-113» тощо. Публікації, що містять таку інформацію, дають 100% надію на якнайшвидшу перемогу і допомогу у відбудові нашої країни.

І остання категорія «Lifestory» публікує біографію та розповідає про життя відважних героїв, які на наших очах творять історію, наприклад: «Штурм під Кремінною, докази для Гааги і боротьба за думки людей: бліцінтерв'ю з військовими журналістами», «Не попий три рази пива, поїдь постріляй на полігон – ветеран та інструктор Денис «Квебек»» тощо.

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

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 [6, 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. 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: *«Україна має вкрай реалістичні шанси отримати репарації до закінчення війни – міністр юстиції»*: *«Україна вимагає репарації до закінчення війни і має вкрай реалістичні шанси їх отримати. Зокрема, йдеться про резерви російського центробанку, які знаходяться на Заході»* [1]; *«Вже десять років Україна бореться за мир і спокій для всього вільного світу – Головнокомандувач ЗСУ»*: *«10 років тому росія почала війну проти України. Цього дня ми також вшануємо тих, хто загинув під час Революції Гідності. 10 років тому російські загарбники розпочали підступну, повзучу і гібридну анексію Криму. Це війна не лише за Незалежність України та визволення від російських окупантів. Це війна за свободу і цінності вільного світу, за наш цивілізаційний вибір»*, – наголосив він [1] тощо. І навіть через два роки повномасштабної війни такі повідомлення дуже часто публікуються на сторінці інформаційного агентства, що свідчить в непохитну віру і перемогу добра над злом.

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 інформагентства і його впливу на суспільну думку.

Релевантність – відповідність інтересам аудиторії. 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.

Щодо релевантності повідомлень АрміяInform, то можна стверджувати, що всі вони є важливими, значущими й оперативними, оскільки сліdkують 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 медіа, де містить думки експертів, уповноважених осіб, погляди яких є авторитетними і впливають на прийняття важливих рішень в суспільстві, наприклад: *«В окупантів дедалі менше РСЗВ. Воюватимуть «дідівськими» методами – артилерією на буксирі»*, *«Сили оборони спростували заяву шойгу про «зачищені» Кринки на лівобережжі Херсонщини»* тощо.

Щодо оригінальності подачі повідомлень інформагентства, 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: *«ЗСУ завдали ударів по 10 районах зосередження особового складу рф та 4 складах боєприпасів»*, *«ЗСУ знищили ще один російський винишувач Су-34»* тощо. 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»*.

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 універсальних агентств, АрміяInform викладає і структурує матеріали за рубриками та хештегами, де для зручності реципієнтів найважливіші та найактуальніші публікації дублюються на головній сторінці інформаційного агентства.

Інформаційна насиченість матеріалів свідчить про те, що агенційники докладають максимум зусиль для надання аудиторії, а також іншим медіа

достовірної, кваліфікованої, повноцінної інформації щодо подій повномасштабної війни в Україні. Аналіз новин дає змогу стверджувати, що насиченість матеріалів аудіо та відео свідчить про конвергентність та мультимедійність як невід’ємні складові сучасних медіа.

#### Список літератури:

1. АрміяINFORM : Веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/> (дата звернення: 09.02.2024).
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-jejrozycja-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. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с. URL: <http://toloka.to/t51516> (дата звернення: 03.06.2021)
5. Москаленко А. Теорія журналістики: навч. посіб. Київ : Експрес-об’ява, 2002. 334 с. URL: <http://toloka.to/t51639> (дата звернення: 03.06.2021)
6. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Ч. 1. Київ : НАУ, 2010. 32 с.
7. Недопитанський М., Карась М., Ільченко В. Уроки з журналістської практики: практ. посіб. Київ : Україна молода, 2010. 120 с.
8. Нестеряк Ю. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.08. «Журналістика». Київ, 2005. 21 с.
9. Сучасна агенційна журналістика / упоряд. В. Я. Миронченко. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. 124 с.
10. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн журналістики; пер. з нім. В. Климченко. Київ : Центр Вільної Преси; Академія Української Преси, 2014. 358 с.

#### **Shulzhenko A. S. INFORMATION LOAD OF MESSAGES OF THE SPECIALIZED AGENCY “ARMYINFORM”**

*The article is devoted to the structural and thematic analysis of the content of the information agency (further – IA) “ArmyInform”, which specializes in issues related to the army and military events. With the beginning of a full-scale war in Ukraine, IA enjoys popularity and authority among other media, as it attracts military experts, competent persons related to military matters, which has a positive effect on the quality of publications.*

*The article analyzes how publications are structured, what news is given priority on the main page of AI; it was established that the content of ArmyInform is characterized by convergence, since not only text and photo materials are covered on the website, in social networks and messengers, but also there is Army FM, which gives the opportunity to listen to news at any time and in any place, as well as Army TV – for watching stories.*

*As a result of the research, it was possible to analyse the sections of ArmyInform, and also to find that in addition to the main division of the material, on the main page we can see the thematic division of the material under hashtags, where the reader can easily and quickly find the information that interests him.*

*In addition, it was established that AI complies with the requirements for materials of information genres: informativeness, efficiency, relevance, social significance, truthfulness, factual accuracy, brevity, brevity, expressiveness, simplicity, clarity, decodability and relevance. This enables the audience to perceive and understand information about the events of the full-scale Russian-Ukrainian war without obstacles.*

*Therefore, the information agency “ArmyInform” presents and structures materials according to headings and hashtags, where, for the convenience of recipients, the most important and relevant publications are duplicated on the main page of the information agency. The information content of the materials shows that the media take into account the interests of the audience and provide them with reliable, qualified, full-fledged information about the events of the full-scale war in Ukraine.*

**Key words:** *information agency, information saturation of materials, decodability, relevance, originality.*