

ІV. СУСПІЛЬСТВО І КУЛЬТУРА США

СЕКЦІЯ 6

ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО ASSOCIATED PRESS: АМЕРИКАНСЬКЕ “ГРОМАДЯНСТВО” ТА СТАТУС ГЛОБАЛЬНОЇ НОВИНСЬОЇ МЕРЕЖІ

ОЛЬГА ГАРМАТІЙ

кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри журналістики та засобів масової комунікації
Національного університету “Львівська політехніка”

Анотація. Розглядаються аспекти історії та сучасного стану діяльності інформаційного агентства Associated Press – одного з найбільших і найстаріших інформагентств США і світу. З'ясовується взаємопов'язаність успішної інформаційно-творчої та економічної діяльності Associated Press з американським “громадянством” агентства. Досліджується роль Associated Press як своєрідного “інноваційного генератора” ринку засобів масової інформації США, лідера в галузі розробки і застосування технологічних новинок і послуг в процесах отримання, обробки і передачі інформації.

Ключові слова: інформаційне агентство, агентства “Великої трійки”, система найбільших інформаційних агентств світу, премія Пулітцера, новинська мережа.

Summary. The aspects of history and the present state of activity of the news agency the Associated Press, one of the largest and oldest news agencies of the USA and the world, are considered. Interconnection of successful informative, creative and economic activity of the Associated Press with agency's American “citizenship” is found out. The role of the Associated Press as a peculiar “innovative generator” of the USA's mass media market, the world leader in the sphere of development and application of technological innovations and services in the process of receiving, processing and transmitting information is researched.

Key words: news agency, “The Big Three” agencies, the system of the largest world news agencies, Pulitzer Prize, news network.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими завданнями. Сучасна система найбільших світових інформаційних агентств сформована агентствами так званої “Великої трійки”: це агентства Associated Press (Асошіейтед Прес, США), Reuters (Рейтер,

Великобританія) та Agence France Presse (Франс Прес, Франція). Два інших колишніх “великих” агентства вийшли з гри – американське United Press International (Юнайтед Прес Інтернешнл) зникло, а радянське ТАСС перетворилося на російське ИТАР, яке вже не відіграє тієї ролі [1, с. 84]. Серед найбільших інформантств світу панує дуже жорстка конкуренція, йде постійна боротьба за ексклюзивну інформацію.

Сьогодні інформаційні агентства відіграють провідну, а в деяких аспектах і виключну роль у функціонуванні глобальних комунікаційних потоків. Усе, що пов'язане з інформацією, її збиранням, опрацюванням, поширенням, викликає в сучасному світі підвищений інтерес, оскільки значення інформації, її вплив на процеси в суспільстві, невпинно зростають. Звідси очевидна актуальність вивчення діяльності інформаційних агентств, які знаходяться “на передовій” роботи з інформацією, насамперед найбільших з них, таких як Associated Press.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми функціонування інформаційних агентств та характеристики їхніх матеріалів перебувають у колі уваги таких українських і зарубіжних дослідників як Р. Богданьскі, О. Бойд-Барретт, З. Вайшенберг, Г.В. Вірен, К.А. Войцехович, Р. Дж. Каппон, О. Р. Лащук, Е. В. Могилевська, Ю. В. Нестеряк, О. Є. Пантелеймонов, Ю. А. Погорелий, П.-Й. Рауе, В. Шнайдер та інших. Однак незважаючи на численні дослідження, недостатньо ґрунтовно вивчена специфіка діяльності світових інформантств на сучасному історичному етапі.

Невирішеними частинами загальної проблеми залишається питання про функціонування найбільших інформаційних агентств у комплексній картині світу в сучасних умовах. З огляду на це, дослідження особливостей функціонування інформаційного агентства Associated Press заслуговує на науковий і практичний інтерес.

Мета статті – розглянути особливості діяльності одного з найбільших і найстаріших агентств США і світу – Associated Press – задля окреслення на цьому прикладі загальних тенденцій функціонування найбільших інформантств у світовому інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Associated Press (AP) як інформаційне агентство діє з метою надання інформаційних продуктів і послуг споживачам інформації. Основною функцією інформантства є забезпечення оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною та іншою інформацією засобів масової інформації (редакцій газет, журналів, телебачення, радіомовлення), громадських організацій, державних органів, інших установ й організацій, приватних осіб, котрі є передплатниками продуктів і послуг агентства. Предметом діяльності інформаційного агентства є збирання, обробка, створення, зберігання, підготовка та поширення інформації.

За характером поширюваної інформації Associated Press, без сумніву, займає найвищий рівень ієрархії у класифікації інформагентств і є світовим агентством – тобто таким, що постачає у глобальних масштабах інформацію чотирьох видів, а саме: 1) інформацію про свою країну для вітчизняних ЗМІ; 2) інформацію про свою країну для закордонних ЗМІ; 3) інформацію про інші країни для ЗМІ своєї країни; 4) інформацію про інші країни для ЗМІ інших країн. Associated Press надає інформацію практично з усього світу, а його клієнтами є найбільші ЗМІ різних країн.

Associated Press належить до світових також і за масштабами поширення інформації, адже агентство технічно здатне забезпечити збір і поширення новин у світовому масштабі. Основні ознаки агентства – глобальний характер діяльності, швидкість збору, обробки та поширення інформації, стрімкість реагування на технічні нововведення, всеохоплююча мережа кореспондентів та представництв, величезні фінансові можливості – роблять його конкурентоздатність практично недосяжною для представників інших різновидів інформаційних агентств.

Заслуговує на увагу історія заснування агентства Associated Press. Воно виникло в середині XIX століття в Нью-Йорку як кооперативне об'єднання газетних видавців США. У 1848 р. десять власників і засновників шести найбільш висококонкурентних газет Нью-Йорка, зустрілись, щоб обговорити ресурси збору свіжих новин з Європи. Новини зі Старого світу надходили кораблями, таким чином, вони прибували до Америки щонайменше на двадцять днів пізніше від самої події. Газети в той час змагалися, посилаючи репортерів в невеликих суднах назустріч кораблям, щойно вони прибували в порт Нью-Йорка. Конкуренція ставала щораз жорсткішою і дороговартіснішою. Паралельно існувала проблема високої вартості новин, що передавались телеграфними компаніями для газет. Така ситуація підштовхнула видавців провідних газет Нью-Йорка шукати вихід в кооперації.

Девід Гейл (David Hale), видавець щоденної нью-йоркської газети “Journal of Commerce”, запропонував об'єднати зусилля і створити власне інформаційне агентство. Розуміючи, як жорстко конкурують між собою газети за свіжі новини з Європейського континенту, Гейл у 1847 р. спочатку звернувся до іншого видавця – Джеймса Гордона Беннетта (James Gordon Bennett), засновника однієї з найпопулярніших і найбільш прибуткових газет “New York Herald” з пропозицією об'єднати сили, щоб отримувати інформацію про більшу кількість подій, економлячи при цьому гроші. У 1848 р. Гейл зібрав представників шести крупних нью-йоркських газет, щоб заснувати кооператив зі збору новин. Кооператив було названо Associated Press, що в перекладі означає “асоційована преса”, його очолив Беннетт. Кооператив виявився

ефективним і швидко розростався. До нього приєдналися засновники газет Бостона, згодом інші регіональні видавничі групи.

Інформаційне агентство Associated Press розширювалося, і з 1858 р. отримувало новини з Європи по трансатлантичному кабелю, а в 1875 р. стало першою службою новин, яка мала орендований телеграфний провід – 226-мильний зв'язок між Нью-Йорком, Філадельфією, Балтімором і Вашингтоном, що дозволило отримувати і поширювати інформацію значно швидше. Інформація передавалася телеграфом не для всіх газет окремо, а передусім для АР, а вже з агентства розходила в газети.

Лоренс Гобрайт (Lawrence Gobright) – перший кореспондент Associated Press у Вашингтоні, згодом керівник Вашингтонського бюро АР – вперше у світовій журналістській практиці сформулював принципи роботи кореспондента інформаційного агентства. Він проголосив їх у 1862 р., зазначивши: “Моя справа – просто повідомляти факти. Мені неприйнятно якимось чином коментувати ті факти, котрі я повідомляю. ...Тому я займаюся тільки тим, що я вважаю законними новинами”.

Отже, інформаційне агентство Associated Press засноване в США в середині XIX століття році монопольним об'єднанням газетних видавців з метою кооперації зусиль власників газет для вирішення проблеми якісного та дешевого забезпечення своїх ЗМІ новинами з усього світу.

Сьогодні це могутнє об'єднання газетних видавців і власників радіо- і телевізійних станцій. Серед абонентів Associated Press – щоденні й тижневі газети, радіо- й телестанції світу. Агентство постачає тексти, фото, графіку, радіоновини, утримує відеослужбу для телебачення, а також службу економічних та фінансових новин. У 100 найбільших містах США агентство має свої інформаційні бюро (найбільше – у Вашингтоні); володіє власною комп'ютерною мережею, що зв'язує його штаб-квартиру з 750 містами США. Керівний орган – Рада директорів, що обирається на трирічний термін.

Традиційно основою агентства є внутрішня інформаційна служба на території США. Міжнародну діяльність агентство розпочало в роки II світової війни. Упродовж останнього часу Associated Press наполегливо розширює свою міжнародну інфраструктуру. За кордоном діяльність АР поширена на десятки країн. Агентство представлене на ринках інформації практично всіх країн світу. Частка матеріалів АР в ЗМІ багатьох країн досягає 75-90%. Сукупна аудиторія засобів масової інформації – передплатників Associated Press – перевищує мільярд людей в понад ста країнах світу. Основною продукцією агентства є текстова, аудіо-, відео- і мультимедійна інформація, фотографії, графіка, послуги супутникового і наземного зв'язку.

За всю історію Associated Press його співробітники 51 раз ставали лауреатами престижної американської премії Пулітцера в різних

категоріях. До слова, Пулітцерівська премія (Pulitzer Prize) – одна з найпрестижніших нагород у галузі літератури, журналістики, музики і театру в США.

Дослідник діяльності Associated Press К. А. Войцехович називає агентство унікальним з точки зору організаційно-правової форми, незмінної від часу створення агентства, яка виявилася на диво “живучою”. Агентство, що виникло у зв’язку з потребою американської системи ЗМІ в “становому інформаційному хребті” (the news backbone) в середині позаминулого століття, Associated Press не тільки з першої спроби стало таким “хребтом”, але є ним досі, в умовах інформаційного ринку третього тисячоліття, який відрізняється від інформаційного ринку середини XIX століття приблизно так само, як мобільний телефон останнього покоління відрізняється від парової машини. Associated Press не тільки залишається прихильником кооперативного статусу, який багато вважали таким, що не відповідає вимогам часу, але й має з цього значну користь [3].

Безумовно, Associated Press нинішніми успіхами і статусу глобального агентства великою мірою завдячує своєму “американському громадянству”. Успішна робота на американському ринку з величезним загальним обсягом економіки та значним обсягом власне медіаринку – унікальна конкурентна перевага. Основні етапи розвитку AP тісно переплітаються з періодами розвитку американської економіки, еволюції ролі США в міжнародних відносинах, розширенні сфери політичних й економічних інтересів країни. Всі ці процеси, кожен крок, кожне серйозне рішення вимагали якісного і оперативного інформаційного забезпечення, яким насамперед і займалося Associated Press.

Уже в XIX столітті американській системі ЗМІ була необхідна організація, яка б формувала галузеві стандарти. Associated Press як кооперативна, “пулова” структура, що поєднувала в собі комерційні й інформаційні інтереси ЗМІ, за всіма формальними і неформальними ознаками підходила для виконання цього завдання якнайкраще. І, треба віддати належне, агентство гідно виконало і продовжує виконувати цю місію. Посібники AP про те, як писати замітки, статті, інформаційні повідомлення, вести інформаційну фото- і відеозйомку, стали незамінними не тільки для журналістів-практиків, але і для закладів, які готують майбутніх журналістів, причому не тільки в США, а й в багатьох країнах світу. В розпал “холодної війни” ці посібники, перекладені на російську мову з грифом “для службового користування”, спеціально видавалися кожному новобранцю Телеграфного агентства Радянського Союзу з усною вказівкою “засвоїти досконало”. Можна припустити, що подібне відбувається і зараз в прямій або опосередкованій формі в інших інформаційних агентствах різних країн світу, в тому числі – прямих конкурентах самого агентства Associated Press.

Практично з моменту створення Associated Press також взяло на себе роль своєрідного “інноваційного генератора” ринку засобів масової інформації США. Цим значною мірою пояснюється майже незмінне лідерство AP в галузі розробки і застосування технологічних новинок і послуг в процесах отримання, обробки і передачі інформації. Час показав, що кооперативна форма роботи інформаційного агентства – дуже життєздатна, а фінансова ефективність Associated Press давно перетворилася в своєрідний галузевий стандарт.

Більше половини своїх щорічних доходів агентство отримує зараз або за рахунок нових служб і послуг, які не є для нього “традиційними”, або за рахунок зарубіжних продажів. В розвитку зарубіжної мережі AP з початку 80-х років XX століття перейшло з “ієрархічного” на “матричний” метод структурної побудови, створюючи замість бюро на найбільш розвинутих медіаринках зарубіжних країн філіали зі статусом самостійної юридичної особи. Фактично, це мініагентства, що діють в Нідерландах, Німеччині, Франції, Швеції, Великобританії та в інших країнах. Вони фінансово самодостатні, а їхня лінійка інформаційних продуктів оптимізована під конкретний національний ринок і випускається, як правило, двома мовами – англійською і національною мовою країни перебування. Відносини з “материнською” компанією будуються зазвичай за принципом “інформаційного” обміну [3].

Фактично, Associated Press разом з Reuters контролюють всі основні світові потоки інформації включно з Інтернетом. З колишньої “п’ятірки” глобальних агентств тільки їм повною мірою вдалося адекватно відреагувати на появу нових видів попиту на інформацію, ефективно “освоїти” нові сегменти інформаційного ринку.

Невід’ємною складовою діяльності інформаційного агентства в сучасних умовах є врахування потреб й інтересів клієнтів. Associated Press, як й інші сучасні інформагентства, виготовляє десятки інформаційних продуктів. Регулярно з’являються нові тематичні продукти, а традиційні постійно модифікуються. Інформагентство пропонує передплату на інформаційні продукти різноманітної тематики, періодичності й оформлення. Діяльність інформаційного агентства різноманітна, в ній можна виділити багато аспектів: організаційні, соціальні, творчі, фінансово-економічні, комерційні, роботу з аудиторією, присутність в Інтернеті та інші.

Німецький науковець Зігфрід Вайшенберг вказує, що прикметною тенденцією діяльності сучасних інформагентств є дедалі більша комерціалізація, що призводить до руйнування класичної інформаційної журналістики. Повсюдно присутні тенденції до розважальної інформації впливають також і на політику інформаційних агентств. Так, Associated Press вважається агентством, що спеціалізується на поширенні “м’яких новин”

(soft news). Ще однією сучасною тенденцією, що стосується діяльності усіх агентств, є перепрофілювання їх на мультимедійні. Економічну політику агентств визначають новинні блоки на радіо і на телебаченні, надання фотографій, банки інформації зі службою відбору, а також щораз активніша участь в Інтернет-комунікації [2, с. 43-44].

Вдале використання нових інформаційних технологій спричинило зміни у самих принципах збирання і поширення міжнародних новин. Ще декілька років тому інформаційні повідомлення найбільших агентств світу характеризувалися переважанням текстової інформації, а недостатній розвиток технологій передачі даних не давав можливості передавати текст, відеосюжети і голосові повідомлення одночасно. Використання можливостей мережі Інтернет разом із збільшеною пропускнуою можливістю каналів зв'язку уможливили інтегровану передачу інформаційних повідомлень, що, у свою чергу, економить час і веде до більш насиченого інформування клієнтів. Визначальною характеристикою “нових” новинних продуктів і послуг є “пакетне” надання графічної, текстової і звукової інформації в цифровому стандарті й інтерактивність в режимі реального часу. У той час, як більшість ЗМІ пропонують широкій аудиторії єдиний зміст певного типу (текст, графіка, відео і т. п.), інформаційні агентства, і передусім найбільші з них, такі як AP, забезпечують своїх передплатників значно більш індивідуалізованим мультимедійним контентом, який, як правило, інтерактивний і надходить у режимі реального часу.

Також слід відзначити, що використання останніх інновацій у сфері телекомунікацій, комп'ютерних технологій, супутникового зв'язку і нових технологій обробки інформації стали чинниками, які дозволили інформагентству зберегти та зміцнити свої позиції на інформаційних ринках світу. Глобалізація торгівлі і розвиток глобального інформаційного ринку збільшили попит на світові новини і визначили нові пріоритети діяльності. Завдяки новітнім інформаційним технологіям, агентство спростило систему збору і поширення міжнародних новин, домоглося більшої спеціалізації своїх інформаційних послуг задля задоволення потреб різних аудиторій споживачів.

Аналіз економічної діяльності Associated Press засвідчує, що агентство відзначається ефективною економічною політикою, закріпило свої позиції на інформаційних ринках світу і вдало користується можливостями нових інформаційних технологій, що дозволило йому значно підвищити прибутки і оптимізувати власну діяльність упродовж останніх років [5].

Associated Press, як інші світові інформаційні агентства, бере участь в наукових розробках і вдосконаленні телекомунікаційних мереж, фінансує науково-дослідницьку роботу в цій сфері і плідно співпрацює з

дослідними інститутами і компаніями різних країн світу. Головною метою інвестицій агентства в подальше вдосконалення інформаційних технологій є збільшення швидкості збирання і опрацювання новин, зменшення витрат на збирання і поширення новин, вихід на нові інформаційні ринки, здобуття конкурентних переваг над іншими утвореннями, що діють в цій сфері.

Інформагентство інвестує крупні суми в розвиток інформаційних технологій, оскільки застосування ІТ дозволяє пришвидшити процес передачі інформації, залучати численнішу клієнтську аудиторію в різних країнах, створювати власні бази даних тощо.

Висновки. Associated Press – одне з найбільших і найстаріших інформагентств у світі, найбільше агентство США, найкрупніша організація в світі, яка збирає інформаційні повідомлення, всесвітня новинна мережа. Спеціалізується на розповсюдженні новин, аудіо-, відео-продукції, фотонovin і сервісних інформаційних послуг. Має відділення в країні і за кордоном. Постачає кореспонденцію різноманітним ЗМІ – газетам, Інтернет-виданням, теле- і радіостанціям США, абонентам у десятках країн світу. Обмінюється інформацією з багатьма іншими міжнародними і національними інформаційними агентствами. Вважається потужним, обізнаним і надійним інформаційним агентством.

Історія функціонування інформаційного агентства налічує понад 160 років. Таке довголіття цього утворення, його еволюція під впливом різних геополітичних, економічних і соціальних факторів засвідчують суспільну затребуваність і значимість інформаційного агентства.

Associated Press своїм успіхам і сьогоdnішньому статусу глобального агентства великою мірою зобов'язане своєму “американському” громадянству. Успішна робота на ринку США з його величезним загальним обсягом економіки та значним обсягом власне медіаринку – унікальна конкурентна перевага. Основні етапи розвитку Associated Press тісно переплітаються з періодами розвитку американської економіки, еволюції ролі США в міжнародних відносинах, розширенні сфери політичних й економічних інтересів країни. Всі ці процеси, кожен крок, кожне серйозне рішення вимагали якісного і оперативного інформаційного забезпечення, яким насамперед і займалося агентство Associated Press.

Практично з моменту створення Associated Press також взяло на себе роль своєрідного “інноваційного генератора” ринку засобів масової інформації США. Цим значною мірою пояснюється майже незмінне лідерство AP в галузі розробки і застосування технологічних новинок і послуг в процесах отримання, обробки і передачі інформації.

Фактично AP разом з Reuters контролюють всі основні світові потоки інформації включно з Інтернетом. З колишньої “п’ятірки” глобальних

агентств тільки їм повною мірою вдалося адекватно відреагувати на появу нових видів попиту на інформацію, ефективно “освоїти” нові сегменти інформаційного ринку. До складу останніх входять, зокрема, фінансові ринки світу, глобальний ринок телевізійних новин та інформаційні ринки, утворені національними сегментами мережі Інтернет. Упродовж останніх років Associated Press вдало трансформує свою діяльність шляхом диверсифікації послуг та виходу на нові ринки, ефективно використовує досягнення інформаційних і комунікаційних технологій та виступає одним з найголовніших акторів на світовому ринку інформації.

Список використаних джерел:

- 1 *Аньєс І.* Підручник із журналістики: Пишемо для газет / Ів Аньєс ; пер. з фр. А. Андрусак. – К. : Видавничий дім “Кієво-Могилянська Академія”, 2013. – 544 с.
- 2 *Вайшенберг З.* Новинна журналістика / Зігфрід Вайшенберг ; за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
- 3 *Войцехович К. А.* Информационное агентство Ассошиэйтед Пресс в условиях современного информационного рынка : автореф. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 “Журналистика” / Войцехович К. А. – М., 2005. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/>.
- 4 *Нестеряк Ю. В.* Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 “Журналистика” / Ю. В. Нестеряк. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2005. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/node/1539>.
- 5 *Пантелеймонов О. С.* Діяльність інформаційних агентств світу в умовах формування глобального комунікаційного простору : автореф. дис. ... канд. політ. наук : спец. 23.00.03 “Політ. культура та ідеологія” / Пантелеймонов О.С. – К. : Інститут міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка, 2002. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/node/1539>.
- 6 Associated Press. – Режим доступу : <http://www.ap.org>.