

ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ИНТЕРНЕТЕ

© 2007 Э.В. Могилевская

Компания "Вэбстрой" (Ростов-на-Дону)

Традиционные информационные агентства по своей природе не являются средствами массовой информации. По определению Я. Н. Засурского, "информационные агентства – специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию". [1]

До появления интернета информагентства не имели возможности предоставить аудитории *непосредственно* свой информационный продукт. Такой продукт представлял собой сообщения, передаваемые по телетайпу, факсимильной связи, электронным сетям, почте и другим средствам связи, в виде ленты оперативной информации, специализированных вестников, тематических пакетов, экспресс-выпусков, еженедельников etc. Однако продукты информагентств, как правило, не идут в эфир или печать в первоначальном виде. Каждое издание, радиостанция, служба телевизионных новостей, адаптирует полученную информацию для своей аудитории. Возникновение интернета трансформировало вещание информационных агентств. Создавая свои интернет-серверы, информационные агентства мнут клиентов-посредников для распространения собственной информации и сами превращаются в полноценные СМИ с набором индивидуальных типологических признаков: аудиторией, внутренней структурой, жанрами, оформлением и т. д. Так изменилась "роль информационных агентств как посредников в цепочке "событие" – "информационное агентство" – "СМИ" – "общество". Ресурсами информационных агентств в XXI веке может воспользоваться практически любой житель земли, располагающий компьютером, модемом, выделенной линией связи или WAP". [2]

Возникновение сетевых информационных агентств, как и появление любого нового вида средств массовой информации, связано с двумя группами факторов – технологическими и социальными. К технологическим относится собственно возможность создания и распространения информации в глобальной сети, относительная простота и малозатратность создания такого информационного продукта для авторов, возможность доступа, неограниченного временными и территориальными рамками для аудитории. С точки зрения технологических возможностей и социального взаимодействия перестали существовать преграды в получении и распространении информации. Технологические возможности создали благоприятную среду для формирования аудитории, заинтересованной в оперативной информации. Она концентрировалась вокруг таких сфер, как политика, экономика, идеология, культура и другие. Эти факторы в свою очередь оказали воздействие на социальные предпосылки возникновения и последующего развития сетевых информационных агентств.

Целью данного исследования явилась систематизация информационных агентств российского сегмента интернет. В августе 2006 г. число зарегистрированных интернет-ресурсов в разделе "СМИ" каталога "Яндекс" составило 4340, из них 304 составили информационные агентства. [5]

Отметим, что не все ресурсы, зарегистрированные в каталоге как информационные агентства, таковыми являются. К примеру, официальный сайт Медиагруппы Южный Регион (г. Ростов-на-Дону) www.yugmedia.ru, (159 место по цитируемости каталога) на самом деле представляет собой информационно-развлекательный ресурс. Хотя одним из основных разделов является новостная информация в форме ленты новостей и бегущей строки. Эти же новости распределены по рубрикам: "Агро", "Бизнес", "Безопасность", "Культура", "Криминал", "Меди-

цина“, “Между прочим“, “Образование“, “Общество“, “Политика и власть“, “Происшествия“, “Спорт“, “Стиль и досуг“, “Техно“, “Транспорт”. Однако наряду с новостями сайт предлагает информацию о программах медиакорпорации, данные о сотрудниках, ТВ-программу, форум, галерею, опросы. Сайт www.perm.rfn.ru (181 место) также по версии “Яндекса” относится к информагентствам. Хотя это всего лишь страничка-визитка Пермской Государственной телерадиокомпании.

Чтобы дать представление об информагентствах, представленных в сети Интернет, необходимо составить краткую классификацию по некоторым характерным признакам. В исследованиях отечественных специалистов, классификация сетевых информационных агентств до сих пор не разработана. Пользуясь наиболее распространенными критериями, нам представляется возможность составить классификацию сетевых информационных агентств с использованием различных признаков деления.

I. По форме функционирования:

1. Интернет-представительства традиционных информационных агентств
2. Собственно сетевые информационные агентства

II. По специализации деятельности:

1. Общего профиля (универсальные) – Интерфакс (www.interfax.ru), РИА “Новости” (www.rian.ru), ИТАР-ТАСС. (www.itar-tass.com, www.tass.ru), РБК (www.rbc.ru), Newsru.com (www.newsru.com), Ореанда (www.oreanda.ru).

2. Многопрофильные – Росбалт (www.rosbalt.ru), “МиК” (www.iamik.ru).

3. Специализированные (тематические).

В российском интернете тематика информагентств представлена достаточно широко, однако наиболее распространенными являются следующие специализированные агентства:

– *Агентства деловой информации* – Финмаркет (www.finmarket.ru), АК&М (www.akm.ru), Прайм-ТАСС (www.prime-tass.ru)

– *Агентства политических новостей* – Агентство политических новостей (www.apn.ru)

– *Агентства, освещающие новости спорта* – Спортком (www.sportcom.ru), Стадион (www.stadium.ru)

III. По распространению и масштабу деятельности:

1. МЕЖДУНАРОДНЫЕ – Росбизнесконсалтинг (www.rbc.ru), Newsru.com (www.newsru.com), Интерфакс (www.interfax.ru), РИА Новости (www.rian.ru), ИТАР-ТАСС (www.tass.ru).

(Примечание) Существует классификация ЮНЕСКО, которая выделяет четыре **мировых** информационных агентства: в России – это

ИТАР-ТАСС (www.itar-tass.com), Reuters (Великобритания, www.reuters.com), Associated Press (США, www.ap.com) и France Press (Франция, www.afp.com). К этой четверке приближается китайское агентство Xinhua (Синьхуа) со своим проектом Chinadotcom – www.china.com (на английском – english.china.com).

2. НАЦИОНАЛЬНЫЕ – Regions.ru (www.regions.ru), Новый Регион (www.nr2.ru), Национальная информационная группа (www.newsinfo.ru), Корреспондент – украинская сеть новостей (www.korrespondent.net), “Хартия”97” – политические новости из Белоруссии (www.charter97.org), Новости-Грузия (www.newsgeorgia.ru)

3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ – Приволжье (www.nta-nn.ru), СеверИнформ (www.severinform.ru), Сибирские новости (www.snews.ru), Восток-Медиа (www.vostokmedia.ru), Башинформ (www.bashinform.ru), Саратовские новости (www.saratoff.ru)

Деление информагентств можно продолжать, используя такие признаки как *характер аудитории, тип собственника, источники финансирования, язык, объем переданной информации, характер распространения информации* (абонентская плата, подписка, свободный доступ), *жанровое разнообразие, авторский состав* и другие.

Рассмотрим сетевой каталог информационно-поисковой системы “Яндекс” на август 2006 года. Полученные данные сведем в таблицу. Как было сказано выше, за данный период в разделе “СМИ” каталога было представлено 304 информационных агентства. Они расположены в рубриках по убыванию тематического индекса цитирования (ТИЦ). Данный индекс учитывает количество ссылок на ресурс с других сайтов, придавая этим ссылкам разный “вес” в зависимости от авторитетности ссылающегося сайта. ТИЦ появляется у ресурса с момента его возникновения в сети и пересчитывается каждую неделю. [6]

Из 50 лидирующих информагентств сети, 17 являются представительствами традиционных информационных агентств. Остальные 33 сетевые агентства из каталога “Яндекс” были изначально созданы в *он-лайне*.

35 ресурса агентств имеют *универсальную* направленность. Зачастую на главной странице можно найти ленту новостей, информацию, представленную по блокам: “Главное”, “Политика”, “Экономика”, “Комментарии”, “Общество”, “Культура”, “Спорт”, “Наука”, “Разное”. Достаточно часто размещены опросы посетителей, форум, информация о погоде, курсы валют.

Три интернет-сайта (компании “Росбалт” (www.rosbalt.ru), “Русская линия” ([ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2007, № 1](http://www.rusk.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Таблица 1. Ведущие информационные агентства
российского сегмента интернет (по версии каталога “Яндекс”)

Название	Интернет-адрес	Цитируемость	Тип ИА	Специализации деятельности	Распространение и масштаб деятельности	
1	“РИА Новости”	www.rian.ru	18 000	Представительство	Универсальное	Международное
2	“Росбизнесконсалтинг”	www.rbc.ru	17000	Представительство	Универсальное	Международное
3	“Newsru.com”	www.newsru.com	13000	Сетевое	Универсальное	Международное
4	“Regnum”	www.regnum.ru	12000	Сетевое	Универсальное	Национальное
5	“Интерфакс”	www.interfax.ru	9700	Представительство	Универсальное	Международное
6	“Regions.ru”	www.regions.ru	9300	Сетевое	Универсальное	Национальное
7	“Страна.Ru”	www.strana.ru	8700	Сетевое	Универсальное	Национальное
8	“Росбалт”	www.rosbalt.ru	7700	Сетевое	Многопрофильное – экономика, политика, культура.	Международное
9	“ИТАР-ТАСС”	www.tass.ru	7200	Представительство	Универсальное	Международное (мировое)
10	“Финмаркет”	www.finmarket.ru	6600	Сетевое	Специализированное – деловое	Национальное
11	“АК&М”	www.akm.ru	6500	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное
12	“Корреспондент”	www.korrespondent.net	6100	Представительство	Универсальное	Национальное – Украина
13	“Прайм-ТАСС”	www.prime-tass.ru	5500	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное
14	“Новый Регион”	www.nr2.ru	5300	Сетевое	Универсальное	Национальное
15	Национальная информационная группа	www.newsinfo.ru	5000	Сетевое	Универсальное	Национальное
16	“MIG News”	www.mignews.com.ua	4600	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
17	“MIGnews”	www.mignews.com	4300.	Сетевое	Универсальное	Международное
18	Агентство национальных новостей	www.annews.ru.	4200	Сетевое	Универсальное	Национальное
19	“Приволжье”	www.nta-nn.ru	4200	Сетевое	Универсальное	Региональное – Нижний Новгород и Приволжский Федеральный округ
20	“МФД-инфоцентр”	www.mfd.ru	4000	Представительство	Специализированное – деловое	Международное
21	“Парк. ру”	www.park.ru	3600	Сетевое	Специализированное – СМИ	Национальное
22	“ZDNet.ru”	www.zdnet.ru	3300	Сетевое	Специализированное – компьютеры и Интернет	Международное
23	“Ореанда”	www.oreanda.ru	3100	Сетевое	Универсальное	Национальное
24	“Урал-пресс-информ”	www.uralpress.ru	3000	Сетевое	Универсальное	Региональное – Челябинская область, Уральский регион

ru) и “МиК” (www.iamik.ru)), можно отнести к придерживающимся многопрофильной тематики. Хотя, подчеркнем, что агентства, позицио-

нирующие себя как специализированные, зачастую предоставляют информацию о текущих событиях дня различной тематической направлен-

ОБЗОР РОССИЙСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ИНТЕРНЕТЕ

Таблица 1. (Продолжение).

25	"K2Kapital"	www.k2kapital.com	2800	Сетевое	Специализированное – деловое	Международное
26	"Главред"	www.glavred.info	2700	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
27	"АБН"	www.abnews.ru	2700	Сетевое	Специализированное – деловое	Международное
28	"СеверИнформ"	www.severinform.ru	2700	Сетевое	Универсальное	Региональное – Северо-западный ФО
29	"МиК"	www.iamik.ru	2600	Представительство	Многопрофильное – маркетинг, консалтинг, политика	Национальное
30	"Украинские новости"	www.ukranews.com	2400	Представительство	Универсальное	Национальное – Украина
31	"Восток-Медиа"	www.vostokmedia.ru	2400	Сетевое	Универсальное	Региональное – Дальний Восток
32	"Русская линия"	www.rusk.ru	2300	Сетевое	Многопрофильное – религия и политика	Национальное
33	"Ура. Ru"	www.ura.ru	2300	Сетевое	Универсальное	Региональное – Урал
34	Украинский финансовый сервер	www.ufs.com.ua	2200	Представительство	Специализированное – деловое	Национальное – Украина
35	"АПИ"	www.apiural.ru	2200	Представительство	Универсальное	Региональное – Екатеринбург
36	"Day. az"	www.day.az	2200	Сетевое	Универсальное	Национальное-Азербайджан
37	"Курсор"	www.cursorinfo.co.il	2200	Сетевое	Универсальное	Национальное-Израиль
38	Агентство социальной информации	www.nashi-deti.ru	2200	Представительство	Специализированное – общество	Национальное
39	"УРА-Информ"	www.ura-inform.com	2100	Сетевое	Универсальное	Национальное – Украина
40	"ВолгаИнформ"	www.volgainform.ru	2100	Представительство	Универсальное	Региональное
41	"Дейта"	www.deita.ru	2100	Сетевое	Универсальное	Региональное-Приморье и Дальний Восток
42	"Башинформ"	www.bashinform.ru	2100	Представительство	Универсальное	Национальное – Башкортостан
43	"ИТАР-ТАСС Урал"	www.itarlass.ur.ru	2100	Представительство	Универсальное	Региональное
44	"Americaru.com"	www.americaru.com	2000	Сетевое	Универсальное	Национальное – США
45	"Агентство политических новостей"	www.apn.ru	2000	Сетевое	Специализированное – политика	Национальное
46	"Newsru.co.il"	newsru.co.il	2000	Сетевое	Универсальное	Национальное-Израиль
47	Псковская лента новостей	www.pln-pskov.ru	2000	Сетевое	Универсальное	Региональное
48	"Интерьюс Россия"	www.internews.ru	1900	Представительство	Специализированное – СМИ	Международное
49	"Псковское агентство информации"	www.informpskov.ru	1900	Сетевое	Универсальное	Региональное – Псковская область
50	"Татар-информ"	www.tatarinform.ru	1900	Сетевое	Универсальное	Национальное – Татарстан

ности. Специализация агентств такова: семь агентств экономической направленности, одно – политической, два, освещающие новости СМИ, одно агентство – общественную жизнь и одно сферу компьютеров и Интернет.

Среди информационных агентств СМИ каталог "Яндекс" называет и "Интерьюс Россию". Однако, на наш взгляд, Интернет-ресурс этой компании нельзя отнести к информагент-

ству. Режим и характер предоставления новостей позволяет отнести страничку www.internews.ru к "информационному источнику о средствах и для средств массовой информации". [7]

Что касается распространения и масштаба деятельности, то 12 сайтов информационных агентств по характеру информации можно отнести к международным. Шесть из них занимают лидирующие по цитируемости позиции:

– “РИА Новости” – [www. rian. ru](http://www.rian.ru) (Цитируемость: 18 000)

– “Росбизнесконсалтинг” – www. rbc. ru (Цитируемость: 17 000)

– “Newsru. com” – www. newsru. com (Цитируемость: 13 000)

– “Интерфакс” – www. interfax. ru (Цитируемость: 9700)

– “Росбалт” – www. rosbalt. ru (Цитируемость: 7700)

– “ИТАР-ТАСС” – www. tass. ru (Цитируемость: 7200)

Двадцать семь информационных агентств, имеющих свой сетевой ресурс, относятся к национальным. Причем, некоторые из них посвящены новостям Украины, Израиля, США, однако эти сайты являются русскоязычными и предназначены русскоговорящей аудитории. Последние одиннадцать информагентств, специализируются на региональных новостях. Это могут быть сайты, посвященные одному городу (“АПИ” – новости Екатеринбурга www. ariural. ru), так и федеральному округу (“СеверИнформ” – новости в регионах Северо-Западный ФО www. severinform. ru)

Одним из оптимальных критериев типологической характеристики информационных агентств сети интернет является признак *специализации деятельности*. Рассмотрим те агентства, которые, на наш взгляд, обладают наиболее характерным набором типологических признаков.

РИА “НОВОСТИ” [www. rian. ru] – один из наиболее авторитетных источников оперативной информации в России и за рубежом. По предложенной нами классификации ресурс имеет универсальную специализацию, международное распространение и масштаб деятельности. Агентство находится на первом месте в рейтинге СМИ каталога “Яндекс” в разделе “Информационные агентства” с индексом цитируемости 18 000. Ресурс является представительством традиционного информагентства РИА “Новости”. Его история довольно продолжительна и начинается с 24 июня 1941 года, когда было образовано Советское Информационное Бюро. Оно стало основным источником информации для радио, газет и журналов во время войны, в послевоенное время освещало основные направления внутренней и внешней политики Советского Союза. В 1961 году на базе Совинформбюро было создано Агентство Печати “Новости” (АПН), которое стало ведущим информационным и публицистическим органом советских общественных организаций. 27 июля 1990 года в соответствии с Указом Президента СССР М. С. Горбачева “О создании информационного агентства “Новости” на базе АПН было создано Ин-

формационное Агентство “Новости” (ИАН). Задачи ИАН практически остались прежними – подготовка и распространение в СССР и за рубежом печатных, теле- и радиоматериалов; изучение общественного мнения в стране и за рубежом по вопросам внешней и внутренней политики СССР”. [8]

В сентябре 1991 года на базе ИАН и Российского информационного агентства было создано Российское Информационное Агентство “Новости”. С 1993 года РИА “Новости” является государственным информационно-аналитическим агентством. В мае 1998 года на основании Указа Президента РФ “О совершенствовании работы государственных электронных средств массовой информации” создан информационный холдинг ВГТРК, в состав которого вошло РИА “Новости”.

Бесплатный доступ к ленте информационного агентства на сайте РИА “Новости” был открыт 1 января 2001 года. Агентство решило предоставлять бесплатно в Интернете часть своих ресурсов: горячую линию, новости российской экономики, ленту “Москва” (городские новости) и хронику происшествий. В настоящее время новостные материалы открытого доступа представлены в следующих разделах: “В мире”, “Экономика”, “Общество”, “Оборона и безопасность”, “Стихии”, “Происшествия”, “Наука”, “Технологии”, “Культура”, “Спорт”, “Калейдоскоп”, “Обобщения”, “Справки”, “День в истории”, “Официальная Россия”. Вся информация поступает от собственных корреспондентов в России и за рубежом и обновляется круглосуточно.

Кроме оперативной информации агентство предлагает в открытом доступе аналитические статьи, комментарии, интервью, репортажи (“Аналитика и комментарии”, “От автора”, “Хорошо забытое”, “Русский характер”, “Сюжеты”, “Online конференции”, “Опросы”, “Актуальные темы”, “Интервью”, “Репортаж”). На сайте помещен архив публикаций и документов, фотоархив и фотоленты.

За август агентство передало в открытом доступе 5542 материала. Максимальное количество сообщений за сутки было подготовлено 22 августа – 249 материалов, минимальное – 5 августа – 93. Среднее количество новостей по всем темам в сутки за август – 178.

Однако это лишь малая часть материалов подготовленных агентством. Как сообщается на сайте **РИА “Новости”**, агентство “публикует лишь небольшую часть новостей, выпущенных, с задержкой по времени”. [9]

Подписчикам **РИА “Новости”** предлагает новостные ленты, как на русском, так и на ос-

новых мировых языках. Практически все пакеты выходят круглосуточно, в режиме реального времени. Ежедневно в закрытом доступе агентство выпускает более 1500 сообщений.

Русскоязычные новостные ленты.

“Горячая линия” – основной новостной продукт РИА Новости, освещающий важнейшие политические, экономические и общественные события в России и за рубежом. Лента содержит 500 сообщений в сутки, обновляется круглосуточно, в режиме реального времени. “Москва” – 50 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

“Новости российской экономики” – 120 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени. “Хроника происшествий” – 200 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

“Новости стран СНГ и Балтии” – 150 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени.

“Новости спорта” – 50 сообщений круглосуточно, в режиме реального времени. “Светская хроника” – 30 сообщений в сутки, 2 раза в неделю.

Региональные ленты “Центр”, “Северо-Запад”, “Приволжье”, “Урал”, “Сибирь”, “Дальний Восток”, “Юг” – 40 сообщений в сутки (по каждому региону), круглосуточно, в режиме реального времени.

“Анонс” и “Москва – Анонс” – ежедневно.

Новостные ленты на иностранных языках:

РИА Новости выпускает информацию об основных общественно-политических, экономических и социальных событиях в России и за рубежом на основных мировых языках: английский, немецкий, французский, португальский, испанский, сербский, арабский, фарси.

“Горячая линия” – 100 сообщений в сутки. На английском языке выходит ежедневно, в режиме реального времени; на французском, немецком, испанском, португальском, арабском – по рабочим дням, в режиме реального времени.

“Новости российской экономики” – на английском и французском языке 30 сообщений в сутки, ежедневно, в режиме реального времени.

“Аналитика и комментарии” – на английском, французском, немецком, испанском, арабском 7 материалов в сутки по рабочим дням.

“Арабский дайджест” – полный дайджест Российской прессы на арабском языке, отражающий взгляд средств массовой информации на события, связанные с арабско-исламским миром. В обзор включены статьи более 20 авторитетных газет и журналов. Выходит ежедневно с 08.00 – 09.00 по московскому времени.

Отметим, что помимо русской версии ресурса [www. rian. ru](http://www.rian.ru), существуют еще 10 версий на ос-

новых иностранных языках: <http://en. rian. ru>, <http://de. rian. ru>, <http://fr. rian. ru>, <http://rusnews. sp> и другие.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО РОСБАЛТ [www. rosballt. ru] – является одним из крупнейших информационных ресурсов Северо-Запада России. По упомянутой выше классификации, Росбалт является многопрофильным сетевым агентством международного распространения и масштаба деятельности. Агентство входит в первую десятку рейтинга СМИ каталога “Яндекс” в разделе “Информационные агентства”, по цитируемости находится на восьмом месте с ИТЦ 7700.

Агентство “Росбалт” было создано в ноябре 2000 года. Интернет-ресурс ИА “Росбалт” www. rosballt. ru открылся 29 января 2001 года. Изначально ко всем информационным ресурсам агентства читатели получили открытый доступ. Платная подписка на продукты агентства не предусмотрена.

Аудиторией ИА “Росбалт” являются жители Москвы (40 % пользователей), Санкт-Петербурга (20 % пользователей), Подмосковья и Ленинградской, Тольятти, Екатеринбург, Новосибирска, Уфы, Архангельска, Казани, Иркутска, Перми, Мурманска, Волгограда, Краснодар и многих др. российских городов, стран СНГ, Прибалтики, США, Канады, Германии, Израиля и других стран.

Основными тематическими направлениями являются экономика, политика и культура: международное политическое и экономическое сотрудничество, становление властных структур и государственного строительства в России, развитие демократии, взаимоотношения центра и регионов.

Материалы располагаются по основным разделам “Сюжеты”, “Новости”, “Интервью”, “Аналитика”, “Вне формата”. Также ресурс предлагает обзоры прессы, рецензии, документы, обращения, анонсы, деловые новости, новости двух столиц: Москва, Санкт-Петербург, ленту новостей. Лента обновляется в режиме реального времени. Ежедневно агентство выпускает более 100 сообщений от собственных корреспондентов. Как сообщает ресурс ИА “Росбалт”, “за пять лет служба новостей создала 15 тысяч оригинальных новостей, 3500 интервью, 6300 аналитических текстов”. [10]

Далее рассмотрим специализированное (тематическое) агентство. Тип агентств, предоставляющих только новости спорта, не вошел в таблицу 50-ти лидеров по цитируемости каталога “Яндекс”. Однако на наш взгляд природа дан-

ной информации представляется интересной для рассмотрения.

ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО “СПОРТКОМ” [<http://sportcom.ru>] является сетевым специализированным агентством, освещающим спортивные события России и мира. Агентство входит в первую сотню рейтинга СМИ каталога “Яндекс” в разделе “Информационные агентства”, цитируемость по каталогу 1300.

“Спортком” начало свою деятельность весной 2005 года с освещения подготовки к 7-м Всемирным Играм Дуйсбург-2005 в Германии. Девиз агентства: “Мы действительно пишем про весь спорт!”. “Спортком” располагает штатом сотрудников из двух редакторов ленты новостей, трех специальных и девяти собственных корреспондентов по 10 видам спорта – бокс, карате, гандбол, бадминтон, хоккей, кикбоксинг, акватлон, подводное регби, боулинг, бридж.

На сервере агентства размещаются основные разделы: “Главное”, “Спорт”, “В России”, “В мире”, “Онлайн”, “Календарь”, “ТВ”.

Главная страница, которая и является разделом “Главное” содержит ленту новостей, подраздел “Топ новости”, “Интервью”, “Главную тему” (основное спортивное событие), материалы “В других СМИ” (новости спорта аналогичных изданий), а также интерактивный опрос посетителей – “Вопрос недели”.

Остановимся подробнее на особенностях передаваемой информации. “Спортком” готовит новости 190 видов спорта, которые объединены в группы – летние олимпийские виды спорта (ASOIF), зимние олимпийские виды спорта (AWOIF), признанные Международным Олимпийским комитетом виды спорта (ARISF), развивающиеся виды спорта (дисциплины), признанные GAISF, а также прочие состязания. Все материалы размещены в открытом доступе. Платная подписка на материалы не предусмотрена.

Информация агентства обновляется ежедневно в режиме реального времени. В выходных данных проставляются дата, часы, минуты, заголовки, имя автора. (К примеру, Станислав Федоров, ИА “Спортком”). Все материалы ленты новостей готовятся корреспондентами агентства. Лента “Спортком” транслируется крупнейшими российскими интернет – ресурсами: Яндекс, Рамблер, Mail.ru.

В день агентство выпускает около 30 материалов по 10 – 20 видам спорта. К примеру, 26 августа 2006 года, материалы освещали 15 видов спорта, таких как: Аквабайк, Баскетбол, Водное поло, Волейбол, Керлинг, Компьютерный спорт, Легкая атлетика, Маунтинбайк, Мини-гольф, Пейнтбол, Сноуборд, Стрелковый спорт, Фигурное катание, Футбол, Хоккей. Кроме классифи-

кации по видам спорта новости группируются также, по региону РФ и стране мира, соответственно материалы находятся в разделах “Спорт”, “В России”, “В мире”. На сайте агентства предусмотрена оптимизированная поисковая система, архив материалов и календарь спортивных соревнований.

Ресурс ИА “Спортком” также предоставляет возможность следить за соревнованиями в режиме on-line трансляции, размещает ежедневную телепрограмму семи телевизионных эфирных и спутниковых спортивных каналов: Спорт, 7 ТВ, Eurosport, НТВ-ПЛЮС-Спорт, НТВ-ПЛЮС-Футбол, НТВ-ПЛЮС-Спорт-Онлайн, Extreme Sports. Помимо текущей информации интернет-ресурс sportcom.ru содержит базу данных всего спорта: историю, правила, календари, федерации, клубы, спортивные школы, международные и российские организации.

“РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ” стал первым из российских традиционных информационных агентств, создавших собственный интернет-сервер Интернет-адрес www.rbc.ru появился в мае 1995 года, ровно через 3 года после возникновения самого информационного агентства “РБК”. Как сообщается на сайте агентства, перед сервером РБК создатели ставили конкретные задачи: “во-первых, решение вопроса оперативности подачи информации, во-вторых, снижение издержек производства и доставки”. [11]

Отметим, что успех серверу www.rbc.ru принес августовский кризис 1998 года, который спровоцировал ажиотажный спрос на оперативную финансово-политическую информацию в интернете. Сервер РБК первым из агентств предоставил часть новостной информации в открытом доступе, что заметно сказалось на посещаемости сайта. 17 августа 1998 года на сервер РБК пришло более 100 тысяч человек (что на то время составляло значительную долю российского интернета). Агентство несколько раз в оперативном порядке расширял интернет каналы. За 10 дней канал РБК в интернет увеличился с 512 Кбит/с до 2,2 Мбит/с, а 21 сентября – до 3,2 Мбит/с. (Следующий всплеск посещаемости РБК произошел в марте 1999-го в связи с повышенным интересом к событиям в Югославии – канал снова был расширен, на этот раз до 5,5 Мбит/с.) 1 октября 1998 года РБК установил своеобразный рекорд посещаемости в российском интернете – количество заходов на сервер превысило 3 миллиона.

Надо подчеркнуть, что на сегодняшний день общее количество показов ресурса в сутки составляет 3 600 000. Из них хитов на главную страницу – 1,8 миллиона, на новостные страницы – 1 миллион, на аналитическую газету Daily-

180 тысяч и на Quote / Rating – 20 тысяч. По данным последних исследований, проведенных MASMI Research, в ноябре-декабре 2005 года, основой аудитории сетевого информационного агентства РБК являются россияне. В основном, это жители Москвы – 62 % (Санкт-Петербург – 8 %, другие города – 30 %) 60 % аудитории старше 25 лет. Большую часть аудитории (82 %) составляют мужчины. РБК имеет самую большую бизнес-аудиторию среди российских СМИ (более 2 миллионов человек). Аудитория всех ресурсов РБК превышает 4 миллиона человек.

Изначально сервер РБК специализировался только на финансовой информации, и мог быть отнесен к специализированным информагентствам. Однако впоследствии тематика материалов заметно расширилась. По нашей классификации “РосБизнесКонсалтинг” имеет универсальную специализацию, международное распространение и масштаб деятельности. Агентство находится на втором месте рейтинга СМИ каталога “Яндекс” раздела “Информационные агентства” с цитируемостью 17 000.

Всю информацию РИА “РосБизнесКонсалтинг” получает непосредственно из первоисточников, деятельность которых отслеживается в режиме онлайн. Среди первоисточников – государственные органы, лидирующие российские и международные финансовые институты, биржи, банки, крупнейшие российские и зарубежные корпорации. РБК располагает обширной корреспондентской сетью. Материалы на сервере “РосБизнесКонсалтинг” обновляются круглосуточно.

На сегодняшний день материалы агентства представлены как в свободном доступе, так и в расширенном варианте для подписчиков.

Вся информация, открытая для свободного доступа, разделена на две группы: “Новости на РБК” и “Финансы на РБК”. Первая группа включает разделы “Общество”, “Политика”, “Экономика” (раздел рассчитан на широкую аудиторию), “Происшествия”, “Этот безумный мир”, “Потребительский рынок”, “Рынки” (здесь и далее разделы являются отдельными проектами [<http://www.quote.ru>]), “Спорт” [<http://sport.rbc.ru>], “Технологии” [<http://www.cnews.ru>], “Новости турбизнеса” [<http://www.turist.ru>], “Авто” [<http://www.autonews.ru>] Материалы данных разделов представлены как в ленте новостей, так и на отдельной странице “Главные новости дня” [<http://top.rbc.ru>]. Также в бесплатном доступе находится отдельный ресурс РБК-Украина [<http://www.rbc.ua>] и страницы РБК-Москва и РБК-Санкт-Петербург.

Лента новостей в открытом доступе представляет собой краткий выпуск новостей РБК,

включающий ежедневно около 80 материалов. К примеру, 11 августа в открытом доступе находились 74 материала, из 298 подготовленных всего за сутки. Расширенный закрытый список содержит до 400 материалов в сутки. Помимо краткого выпуска новостей в форме ленты представлены материалы “RBC daily” – ежедневной деловой аналитической интернет-газеты, специализирующейся на анализе ситуации в различных отраслях российской экономики и ведущих компаниях страны.

Остальной массив информации “Финансы на РБК” включает ленты новостей экономики и финансов, аналитические материалы, комментарии и прогнозы, тематические статьи, данные по всем сегментам финансового рынка, трансляция торгов ведущих российских биржевых площадок и т. д. Информация группируется по разделам “Валюты, кредиты”, “Фондовый рынок”, “Аналитика[* No filter found for the requested operation. | In-line.PNG *]”, “Инструменты”, “Мировые финансы”, “Товарные рынки”, “Продажа бизнеса”, “Недвижимость”.

Большую часть выпускаемых продуктов агентство предлагает в закрытом доступе своим подписчикам. Это новости online, материалы по биржевым котировкам online, межбанковским кредитам, RBC Bonds (облигации), валютно-кредитный рынок, ценные бумаги, мировые финансовые, фондовые и товарные рынки, аналитические продукты (комментарии и базы данных). Ресурс информационного агентства РБК представлен как в русской, так и в английской версии – <http://www.rbcnews.com>. Также существует версия WAP для мобильных телефонов и упрощенная PDA-версия.

Итак, в процессе перехода к сетевым формам и трансформации традиционных агентств в собственно СМИ, информационные агентства в интернете стали не только успешно конкурировать, но и подчас выигрывать у традиционных средств массовой информации по некоторым параметрам. Эти параметры определяются самой природой сетевых информационных агентств – к примеру, оперативность подачи сообщений, тематическое разнообразие, возможности расширения материала за счет гиперссылок, отсутствие территориальных преград для получения информации и другие. Детальный анализ подобных характеристик не входил в задачи данной работы. Этот обзор также не может являться полным, так как в него не включен подробный анализ таких авторитетных агентств как “Интерфакс”, “ИТАР-ТАСС” и других. Кроме того, агентства были классифицированы лишь по некоторым типологическим признакам. Данные проблемы войдут в дальнейшие исследования автора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Система средств массовой информации России. Под. ред. Засурского Я. Н. М., 2001. // [http://media.utmn.ru]
2. Саяхова Н. В. Роль и место агентства “Франс-Пресс” в мировых информационных процессах. Автореферат канд. филол. наук. М., 2005.
3. История интернета в России // [http://www.nethistory.ru] (17.08.1998)
4. Агентство Культурной Информации [http://www.aki-ros.ru]
5. Яндекс. Каталог [http://yasa.yandex.ru]
6. Подробнее об индексе цитирования [http://help.yandex.ru]
7. Интерьюс Россия [http://www.internews.ru]
8. Российское агентство международной информации “РИА Новости” [http://www.rian.ru/]
9. Там же.
10. ИА “Росбалт”: общие сведения, история агентства [http://www.rosbalt.ru]
11. О компании РБК // [http://www.rbcinfosystems.ru]

Рецензент – А.И. Аюпов.

Статья принята к печати 10.10.2006.