

СИСТЕМА СООБЩЕНИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

В. А. Евдокимов

Омская гуманитарная академия

Поступила в редакцию 17 декабря 2021 г.

Аннотация: в статье рассмотрен механизм сохранения целостности материалов региональных сетевых информационных агентств как гибкой, самоорганизующейся системы, способной корректировать свое состояние. Проанализирована структура системы материалов этих агентств. Показаны многообразные связи элементов системы журналистских произведений, отражающих реакцию сетевых служб новостей на события и процессы, происходящие в регионах, стране.

Ключевые слова: универсальное региональное сетевое информационное агентство, система, структура.

Abstract: the functioning of regional network news agencies is a flexible, self-organizing system capable of correcting its condition. At the highest level of the hierarchy of its components — search, collecting information, at the lowest level — processing and distribution of messages. The messages of Russian universal regional network news services form an open system, dynamically developing integrity that interacts with the external environment, reflects different social and political events and processes. Dynamism of social development, innovative processes, coexistence of different cultures, vertical and horizontal mobility of people, the implementation of their creative possibilities determine the mechanism of maintaining the integrity of the system of materials of universal regional network news agencies.

Keywords: universal regional network news agencies, system, structure.

Региональные сетевые информационные агентства, возникшие в России сравнительно недавно, в 1990-е гг., формируют картину жизни территориальных сообществ, распространяют сообщения о событиях, происходящих в политике, экономике, культуре, социальной сфере. Если функционирование мировых и общенациональных информационных агентств подвергнуто обстоятельному изучению [1–7], то процесс становления и развития универсальных региональных сетевых служб новостей удостоен меньшего внимания, хотя таковых насчитывается в России значительное количество. В группу региональных включены сетевые информационные агентства, освещающие преимущественно жизнь краев, областей, республик, находящихся в составе Российской Федерации.

Используя метод контент-анализа, автор принял попытку определить структуру системы материалов, распространяемых универсальными региональными сетевыми информационными агентствами. В выборку для исследования представлены две республики, находящиеся в составе Российской Федерации, — Татарстан и Башкортостан, два края — Пермский, Красноярский и шесть областей (Новосибирская, Омская, Нижегородская, Воронежская,

Свердловская, Челябинская). Центрами территорий являются города, численность населения которых превышает один миллион человек. Регионами накоплен экономический, научный, технологический потенциал, опыт участия в формировании информационного пространства страны. В фокусе внимания региональных сетевых информационных агентств — деятельность институтов, гражданских, социокультурных и производственных организаций.

Рассматривая материалы региональных сетевых информационных агентств, вышедшие в свет в первой половине 2021 г., автор учел различные категории и признаки (название агентства, события и процессы, происходящие преимущественно на территории одного региона, язык, тематика публикаций, наличие сайта в интернете, номер и дата государственной регистрации, год создания). В выборку включены универсальные региональные сетевые информационные агентства, выпускающие материалы на русском языке о жизни краев, областей, республик, находящихся в составе Российской Федерации, и не учтены филиалы общенациональных или межрегиональных информационных агентств, а также службы новостей, в фокусе внимания которых находятся события, происходящие в городах. Исследованы публикации, подготовленные журналистами универсальных региональных сетевых информационных агентств и перепечатанные из дру-

гих медиа. Данные об универсальных региональных информационных сетевых агентствах представлены в таблице 1.

Таблица 1. Выборка универсальных региональных сетевых информационных агентств

Наименование региона. Количество анализируемых универсальных региональных сетевых информационных агентств

1. Воронежская область 1
2. Нижегородская область 4
3. Новосибирская область 2
4. Омская область 6
5. Свердловская область 2
6. Челябинская область 4
7. Республика Башкортостан 2
8. Республика Татарстан 2
9. Красноярский край 3
10. Пермский край 1

Всего 27

В соответствии с таблицей 1 в выборку для исследования включены универсальные региональные сетевые информационные агентства общего интереса, которые зарегистрированы и регулярно распространяют сообщения преимущественно о событиях и процессах, происходящих в краях, областях и республиках, находящихся в составе Российской Федерации, имеют сайты в Интернете. Учредителями большинства территориальных сетевых информационных агентств являются частные компании, меньшая часть служб новостей создана региональными органами государственной власти.

Исследователями предприняты попытки определить существо деятельности информационных агентств в XXI в. Я. Н. Засурский характеризовал информационные агентства как специализированные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие средства массовой информации [8, 104]. Информационное агентство описывают и как организацию, специализирующуюся на продаже государственным и коммерческим структурам новостей и аналитической информации [9, 62], и как информационно-коммуникативный комплекс по накоплению, обработке и распространению общезначимых сведений, обеспечивающий оптимальное функционирование коммуникативной системы в рамках массового общества [1, 144]. Т. И. Фролова интерпретирует информационные агентства как специализированные предприятия (организации, службы, центры), основными функциями которых являются сбор, обработка и распространение новой оперативной информации: политической, экономической, социальной, культурной [2, 356]. Существенными признаками, которые позволяют выделить информационные агентства как самостоятельную типологическую группу, являются аудиторные и целевые: поиск, сбор, обработка, распространение и хранение информации, предназначенной для последующего использования про-

фессионалами средств массовой информации. Преимущественно новостной контент, эксклюзивность, оперативность, непрерывность и большой объем информации являются основными характеристиками информационных агентств [3, 18–19].

Оперативные эксклюзивные сообщения аудитория рассчитывает получать и от информационных онлайн-агентств как специализированных организаций, сочетающих функции средства массовой информации и информационного агентства, занимающихся сбором, обработкой и распространением информации через Интернет средствами массовой информации и массовой аудитории [10, 8]. Информационное интернет-агентство характеризуют и как оригинальное электронное издание, изначально созданное и функционирующее в сетях [11]. Система сетевых информационных агентств, по мнению исследователей, реализует функции средств массовой информации в интернет-пространстве [12].

Причиной возникновения универсальных региональных сетевых агентств является интерес жителей краев, областей, республик, находящихся в составе Российской Федерации, к местной информации. Сетевые службы новостей заполняют информационные лакуны и подпитывают национальные агентства сообщениями из глубинки [13, 131]. Правда, исследователи полагают, что от местных служб новостей было бы некорректным требовать большого объема информации, оперативности, непрерывности [3, 28]. Традиционное лидерство информационных агентств в оперативности предоставления сообщений ослабевает [14, 269–270].

Чтобы заполнить информационные лакуны, региональные сетевые агентства ведут поиск, сбор, обработку и распространение сведений, которые должны быть интересными и для массмедиа, и для аудитории, конкурентоспособными в сравнении с материалами, предлагаемыми читателям онлайн-изданиями, агрегаторами новостей, сайтами развлечений. Сообщения сетевых служб новостей формируют открытую систему, динамически развивающуюся целостность, взаимодействующую с внешней средой — организациями, учреждениями, предприятиями, их пресс-службами. Динамизм общественного развития, инновационные процессы, сосуществование разных культур, вертикальная и горизонтальная мобильность людей, реализация их творческих возможностей определяют действие механизма сохранения целостности этой системы. Одни элементы системы подчинены другим. На ее высшем уровне находятся материалы под рубриками «Политика», «Экономика», «Общество», «Культура». На низшем уровне системы — сообщения под рубриками «Наука», «Образование», «Спорт», «Агропром». Вертикальные связи устойчивы, элементы высшего уровня координируют компоненты низшего уровня системы публикаций. Региональные сетевые информационные агентства

отражают решения, принимаемые субъектами политической власти и выполняемые учреждениями науки, образования, здравоохранения, социальной защиты населения. Соотношение сообщений, находящихся на высшем или низшем уровне иерархии системы материалов информационных агентств, не является постоянным. Ориентация экономики региона на производство значительного для страны объема сельскохозяйственной продукции может создать условия для перемещения журналистских произведений под рубрикой «Агропром» на высший уровень иерархии системы материалов сетевого информационного агентства.

На низшем уровне системы материалов региональных сетевых информационных агентств находятся и публикации под рубриками «Происшествия», «Криминал». Судя по расположению рубрик на сайтах, некоторые информационные агентства, например «Башинформ», «ДжастМедиа», придают освещению происшествий большее значение, чем сообщениям о событиях, происходящих в сфере культуры. Публикуя многочисленные материалы о происшествиях рядом с сообщениями о разнообразных формах взаимодействия людей в социальном пространстве, сетевые информационные агентства, вероятно, и учитывают интерес читателей к противоречиям действительности, конфликтным ситуациям, правоприменительной практике, и предпринимают попытку облегчить восприятие массовой аудиторией журналистских произведений о политике, экономике, науке. Структура системы материалов региональных служб новостей гибка: если в какой-то период общественно-политическая жизнь региона бедна событиями, пустоты в информировании аудитории чаще всего заполняют сообщения о происшествиях.

Таблица 2. Тематика материалов универсальных региональных сетевых информационных агентств (в процентах, первая половина 2021 г.)

Политика	10,8
Экономика	8,2
Социальная сфера	11,3
Культура	8,8
Право	7,6
Наука	5,7
Образование	7,4
Здравоохранение	14,1
Спорт	9,9
Происшествия	16,2

В таблице 2 представлена тематика материалов, опубликованных региональными сетевыми информационными агентствами в первой половине 2021 г. Связи элементов системы журналистских произведений многообразны, они отражает реакцию служб новостей на события и процессы, происходящие в регионах, стране. В первой половине 2021 г. сетевыми службами новостей борьба с пандемией коронавирусной инфекции посвящено больше материалов, разме-

щенных под различными рубриками, чем событиям, происшедшим в сферах культуры, науки, образования.

Деятельность региональных сетевых информационных агентств представляет гибкую, самоорганизующуюся систему, способную корректировать свое состояние. На высшем уровне иерархии ее компонентов — поиск, сбор информации, на низшем уровне — обработка, распространение и хранение сообщений. Для того, чтобы соответствовать статусу, информационному агентству, видимо, необходимо иметь сеть корреспондентов в городах и районных центрах, а также постоянные источники сообщений, осведомленные о функционировании органов государственной или муниципальной власти, субъектов правоохранительной системы, частных компаний. Такими возможностями региональные сетевые службы новостей, как правило, не обладают, как и доступом к технологиям, привычным для крупных общенациональных информационных агентств. Вследствие этого не исключено периодическое замедление функционирования одних подсистем и их элементов и возникновение трудностей, влияющих на другие компоненты системы деятельности региональных сетевых служб новостей. Быстрота обработки и распространения информации зависит от качества поиска и ее сбора. Если же элементы, находящиеся на высшем уровне системы деятельности региональных сетевых информационных агентств, передают ограниченное количество сообщений на низший уровень, то становится ощутимой нехватка сведений, которые могут быть обработаны журналистами и отправлены потребителям. Сохранить целостность системы функционирования сетевых служб новостей позволяют интегративные свойства, проявляемые ее элементами, недостаток оригинальных материалов компенсируется использованием известий, почерпнутых в массмедиа, пресс-релизах, в частности цитированием сообщений о происшествиях, подготовленных пресс-службами правоохранительных органов.

Таблица 3. Характеристика сообщений, распространяемых универсальными региональными сетевыми информационными агентствами (в процентах от общего объема распространенных сообщений, первая половина 2021 г.)

Эксклюзивные материалы	37,4
Перепечатанные материалы массмедиа	25,7
Изложение пресс-релизов	36,9

В таблице 3 представлены данные о количестве распространенных универсальными региональными сетевыми информационными агентствами эксклюзивных, перепечатанных из массмедиа материалов, а также основанных на пресс-релизах. Соотношение этих произведений изменчиво. С одной стороны, существует потенциал территориальных сетевых информационных агентств. В ряде регионов сетевые информационные агентства, в основном учрежден-

ные территориальными органами государственной власти, распространяют значительное количество эксклюзивных сообщений, обеспечивают оперативность, непрерывность предоставления их аудитории. Информационное агентство «Нижний Новгород» размещает эксклюзивные сообщения ежедневно. Сетевые службы новостей «Медиакорсеть» из Башкортостана и красноярское «Пресс-лайн» также распространяют немалое количество эксклюзивных журналистских произведений, в основном аналитических. С другой стороны, привлекательность для массмедиа ряда распространяемых сетевыми новостными службами сообщений объясняется умением редакций придать скандальный характер текстам, основанным на слухах, непроверенных данных. Ленты новостей некоторых сетевых информационных агентств подобны дайджестам, лишены оперативных эксклюзивных сообщений.

Нехватку эксклюзивных материалов часть региональных сетевых служб новостей компенсирует заимствованиями. Компания «Яндекс», исследовавшая российскую интернет-медиа сферу, выявила в России 16 процентов сообщений под копирайтинг, на Дальнем Востоке и в Сибири — соответственно 26 и 20 процентов таких материалов [15]. Примерно половина и более новостного контента в Рунете — дословные перепечатки с других ресурсов. Новостные интернет-ресурсы часто становятся «мусоросборниками» и препятствуют информационным агентствам [3, 10]. Исследователи объясняют это явление тем, что интернет-журналистика формировалась стихийно, часто людьми, не имеющими отношения к традиционным средствам массовой информации [16, 47], поверхностно осведомленными о специфике деятельности информационных агентств.

Таблица 4. Структура системы мультимедийных продуктов, используемых универсальными региональными сетевыми информационными агентствами

Тексты	40,6
Фотографии	29,2
Видеоиллюстрации, видеосюжеты	8,3
Аудиоиллюстрации, аудиоверсии	4,5
Инфографика	5,4
Элементы интерактивности	9,5
Подкасты	2,5

Для аудитории привлекательны не только эксклюзивные материалы, но и мультимедийные продукты, включающие тексты, фотографии, видеоиллюстрации и видеосюжеты, аудиоиллюстрации и аудиоверсии, инфографику, элементы интерактивности, подкасты. Мультимедийные продукты позволяют предоставлять читателям вместо части текста визуальные изображения, «соединять различные фрагменты медиасферы в ассоциативно-информационное целое» [17, 76]. Структура системы мультимедийных продуктов, используемых универсаль-

ными региональными сетевыми информационными агентствами, отражена в таблице 4. На высшем уровне системы — тексты и фотографии, на низшем — видеоиллюстрации и видеосюжеты, инфографика, аудиоиллюстрации и аудиоверсии, элементы интерактивности, подкасты. Основу мультимедийной продукции региональных сетевых информационных агентств составляют тексты, дополняемые видеосюжетами, аудиозаписями, инфографикой. Одни сетевые информационные агентства, учрежденные региональными органами государственной власти, например «Нижний Новгород» и «Время Н», размещают мультимедийные материалы чаще, чем частные, хотя и нерегулярно, другие не имеют возможности использовать их. Не обладая технологическими ресурсами, региональные сетевые информационные агентства взаимодействуют с радиостанциями, используют подкасты как цифровые записи радио- или телепрограмм. Предпочитая элементы интерактивности, «Сибирское агентство новостей» вовлекает аудиторию в производство информации.

С точки зрения цели деятельности универсальные региональные сетевые информационные агентства можно разделить на три группы. В первой — собственно сетевые службы новостей, которые распространяют более половины оперативных эксклюзивных материалов, следуют стандартам деятельности информационных агентств, чаще всего используют мультимедийные продукты, следуя фактам, создают оригинальные произведения [18, 131]. Деятельность сетевых служб новостей разнообразна: челябинское информационное агентство «Первое областное» распространяет тексты, фотографии, видеосюжеты, аудиозаписи, «Воронеж» — инфографику, «Омскрегион» привлекает внимание аудитории к блогам, «Татар-информ» организует пресс-конференции, брифинги, проводит беседы за круглым столом. Целостность системы данных универсальных региональных сетевых информационных агентств обеспечивает координация функционирования подсистем деятельности и их элементов, близкое к пропорциональному освещению событий и процессов, происходящих в различных сферах жизни территориальных сообществ.

Во второй группе — многочисленные коммерчески ориентированные региональные сетевые информационные агентства. Их технологические возможности ограничены. Реклама нередко публикуется под видом журналистских произведений. Примерно 30–40 процентам распространяемых этими информационными агентствами материалов свойственны оперативность и эксклюзивность. Диапазон представлений региональных сетевых служб новостей об оперативности деятельности весьма широк: от ежечасного размещения сообщений на сайтах о том, что произошло сегодня, до 3–4 публикаций в месяц, как поступает пермское агентство «Перископ». На сайте агентства «Медиакорсеть» под рубрикой «Подробно» в июне

2021 г. размещены материалы, повествующие о прошлогодних событиях. Сообщение под рубрикой «Главные новости» на сайте агентства «Омск-информ» может находиться в течение нескольких суток. Сетевые службы новостей иногда черпают сообщения о событиях, происшедших в регионах, на лентах общенациональных информационных агентств. «Сибирское агентство новостей» в июне распространило известие о том, что «уровень воды в Енисее в черте Красноярска... снизился... Об изменениях сообщил ТАСС со ссылкой на сообщение мэрии».

В третью группу входит незначительное количество региональных сетевых информационных агентств, отражающих запросы групп интересов. Освещение социально-политических событий и процессов, конфликтов, публикация малого количества оперативных сообщений, преобладание аналитических материалов являются особенностью их деятельности.

Таким образом, функционирование универсальных региональных сетевых информационных агентств представляет гибкую, самоорганизующуюся систему, способную корректировать свое состояние. На высшем уровне иерархии ее компонентов — поиск, сбор информации, на низшем уровне — обработка, распространение и хранение сообщений. Материалы региональных сетевых служб новостей формируют динамически развивающуюся целостность, взаимодействующую с внешней средой, отражающую разнообразные события и процессы. Действие механизма сохранения целостности этой системы определяют динамизм общественного развития, инновационные процессы, сосуществование разных культур. Формируется и система мультимедийных продуктов, используемых службами новостей. Перспективы универсальных региональных сетевых информационных агентств зависят от возможностей решения проблем экономического, технологического, кадрового, организационного характера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сапунов В. И. Зарубежные информационные агентства / В. И. Сапунов. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006.
2. Фролова Т. И. Информационные агентства / Т. И. Фролова // Средства массовой информации России. — М.: Аспект Пресс, 2010.
3. Вартанова Е. Л. Типология информационных агентств / Е. Л. Вартанова, Г. В. Вирен, Т. И. Фролова // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 3. — С. 6–30.
4. Mathien M. Les agences de presse internationales / M. Mathien, C. Conso. — Paris: Presse Universitaires de France, 1997.
5. Fenby J. The International News Services / J. Fenby. — New York: Schocken Books, 1986.
6. Hoene H. Report ueber Nachrichtenagenturen / H. Hoene. — Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1984.
7. Wilke J. Die Nachrichten-Macher: zu Strukturen und Arbeitsweisen von Nachrichtenagenturen am Beispiel von AP und DPA / J. Wilke, B. Rosenberger. — Koeln: Bohlau, 1991.
8. Засурский Я. Н. Система средств массовой информации России / Я. Н. Засурский. — М.: Аспект Пресс, 2003.
9. Чимаров С. Ю. Теория и практика массовой информации / С. Ю. Чимаров, С. С. Ярошевский. — СПб.: СПбГИЭУ, 2005.
10. Могилевская Э. В. Информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Э. В. Могилевская. — Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2008.
11. Акопов А. И. Социокультурные и правовые проблемы интернет-журналистики / А. И. Акопов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. — 2003. — № 1–2. — С. 14–18.
12. Друш П. С. Трансформация международных информационных агентств / П. С. Друш, М. В. Тюркин // Век информации. — 2020. — Т. 4. — № 4.
13. Польшов В. А. Информационные агентства в сетевом пространстве: системные характеристики / В. А. Польшов // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 8. — С. 128–139.
14. Шмелева Е. В. Типологический анализ региональных информационных агентств / Е. В. Шмелева // Вестник С.-Петерб. ун-та. Сер. 9. — 2010. — Вып. 4. — С. 264–273.
15. Новости в Интернете: средства массовой информации и читатели. — Режим доступа: https://yandex.ru/company/researchers/2014/ya_news/ (дата обращения: 22.12.2021).
16. Калмыков А. А. Интернет-журналистика: теоретические основы / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — М.: Академия медиаиндустрии, 2018.
17. Jordan K. Multimedia: from Wagner to Virtual Reality / K. Jordan, R. Packer. — New York: Norton & Company, 2002.
18. Тулупов В. В. Метод, стиль, жанр и наджанровые образования в публицистике / В. В. Тулупов, Е. В. Тюрина // Вестник Воронеж. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. — 2020. — № 3. — С. 130–134.

Омская гуманитарная академия
Евдокимов В. А., доктор политических наук, профессор кафедры филологии, журналистики и массовых коммуникаций
E-mail: evdokimovva@list.ru

Omsk Humanitarian Academy
Evdokimov V. A., Doctor of Political Science, Professor of the Philology, Journalism and Mass Communications Department
E-mail: evdokimovva@list.ru