

На правах рукописи



КУРМАНИНА Татьяна Сергеевна

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА В СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННЫХ
СМИ: ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОСОБЕННОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ИА «ИНТЕРФАКС
ПОВОЛЖЬЕ»)**

10.01.10 – журналистика (филологические науки)

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Тверь – 2022

Работа выполнена на кафедре журналистики Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского».

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор Савинова Ольга Николаевна

Официальные оппоненты:

Фролова Татьяна Ивановна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры цифровой журналистики факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»;

Тулупов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет».

Защита состоится « » 2022 г. в часов на заседании диссертационного совета Д 212.263.05 при ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» по адресу: 170100, г. Тверь, ул. Желябова, д. 33, ауд. 52.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» и на сайте ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» <http://university.tversu.ru>.

Автореферат разослан « » _____ 2022 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Е.В. Малышева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Вся история развития и функционирования информационных агентств свидетельствует об их важнейшей роли в формировании повестки дня в СМИ. При этом основным жанром для информационных агентств является новость, как отражение происходящего «здесь» и «сейчас» в основных сферах жизни общества. Информационные агентства оказывают влияние на восприятие людьми мира: новостные службы отбирают, классифицируют и редактируют информацию и, таким образом, решают, какое локальное событие получит глобальное внимание. Главными принципами работы новостных служб являются оперативность и достоверность, при этом сохраняется и аудиторная специфика - ограниченный круг получателей контента.

Основной схемой распространения продукции информационных агентств является платная подписка, которую приобретают, в основном, другие средства массовой информации.

В современной сложившейся парадигме медиакоммуникаций крупные информационные агентства заинтересованы в расширении числа подписчиков и потому создают корреспондентские пункты по всей России. Целями создания корреспондентских пунктов является мониторинг локальных событий в регионах, фильтрация и обработка информационных поводов, их адаптация под федеральные информационные стандарты. Кроме того, бюро ставят своими задачами не только тематическое покрытие информационной повестки из определенного федерального округа, но и привлечение новых подписчиков на информационные продукты компании. В новых условиях развития коммуникативной среды возрастает интерес к региональным особенностям принципиально новой практики деятельности информационных агентств, оказывающих существенное воздействие на функционирование российского медиапространства в целом. В то же время тема присутствия федерального агентства в субъектах РФ, вопросы его

адаптации в региональное медийное пространство со своими четкими редакционными стандартами, требованиями к сотрудникам была мало изучена за последние годы. Научного осмысления требуют и вопросы его типологических особенностей, принципов функционирования подразделения федерального информационного агентства в регионах, механизмов отбора локальных новостей, взаимодействия с местными элитами и аудиторией, «завоевывания» своих читателей.

Вышеизложенные соображения позволяют обратиться к заявленной теме исследования как актуальной и востребованной в современном научном теоретическом тренде.

Степень научной разработанности темы. Вопросы функционирования новостных СМИ, специфики работы информационного агентства постоянно находятся в поле зрения отечественных ученых.

В своем исследовании мы обращались к теоретическим работам таких авторов, как Е.Л. Вартанова (2013), И.М. Дзялошинский (2015), Т.В. Дьякова (2011), Т.И. Фролова (2011), - в перечисленных работах определялась роль агентств на медиарынке, изучались различия и сходства существующих новостных служб, рассматривалась жанровая и стилевая специфика сообщений. Важность представляли работы, в которых осмыслялось место информационных служб в существующей медиасистеме, – в их числе работы В.М. Горохова (2018), Я.Н. Засурского (2003), В.П. Коломийца (2014), исследования С.Г. Корконосенко (2010), Е.П. Прохорова (2009), Л.Г. Свитич (2003), М.В. Шкондина (2005), К.В. Силантьева (2008). Для нас представляли значимость диссертации, посвященные различным аспектам функционирования информагентств: Д.И. Алексеенко (2014), Г.В. Вирена (2011), А.Е. Курилова (2016), Ю.А. Погорелого (2001), В.А. Польшова (2020).

В то же время в научной литературе рассмотрению деятельности крупных информационных агентств, работающих по федеральным информационным стандартам и адаптирующихся под специфику определенного региона, уделено гораздо меньше внимания. В последние годы

специфику формирования повестки дня региональными изданиями рассматривали такие исследователи, как А.А. Новак (2018), А.Н. Павлова (2019).

Существенными для нашего исследования были теоретические работы В.В. Антроповой (2017), Б.Н. Киршина (2020), Г.В. Киуру (2021), в которых рассматривались вопросы типологии информационных поводов и классификации жанров оперативно-новостных текстов, а также концепции объективной журналистики и методики проверки фактов — фактчекинга.

Отдельно считаем необходимым выделить исследование А.А. Золотухина (2001), который изучал принципы взаимодействия федеральных изданий с их региональными представительствами, а также диссертационную работу Э.В. Могилевской (2008), где анализировалась специфика функционирования интернет-ресурсов национальных информационных агентств.

Концепции взаимодействия федеральных и региональных СМИ рассматривались также в трудах В.В. Тулупова (2013), Л.Л. Реснянской (2009).

В диссертационном исследовании мы обращались к известным трудам зарубежных ученых — Д. Белла (1986), М. Кастельса (2000), которые изучали принципы информационного общества.

Интерес представляли опубликованные в открытом доступе редакционные стандарты информационных агентств стандарты РИА Новости, «Интерфакса» и ТАСС. Информационные сообщения из архива некоторых агентств также использовались, как источник информации. Рассматривались данные различных медиаисследований рейтинговых служб и систем медиамониторинга.

Целями данного исследования является выявление специфики информагентств как типологической группы СМИ, особенностей функционирования регионального представительства федерального информагентства, определение принципов взаимодействия агентства с источниками информации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Обосновать значимость и определить место информационных агентств в системе современных СМИ;
2. Выделить типологические особенности информагентств как группы СМИ;
3. Определить основные критерии работы информационных агентств и специфику их взаимодействия с аудиторией;
4. Изучить принципы работы корреспондента информационного агентства по профессиональным стандартам;
5. Уточнить векторы взаимодействия специалиста информслужбы с источниками информации;
6. Проанализировать, какие события являются информационными поводами для корреспондента новостной службы (что является источником, чем он руководствуется при поиске, сборе и обработки информации);
7. Изучить историю создания информационного агентства «Интерфакс» и задачи создания окружной сети бюро;
8. Выявить региональную тематическую специфику в новостной повестке «Интерфакс-Поволжье»;
9. Отследить, какие темы преобладают в субъектах округа, какие события становятся значимыми для федерального новостного поля;
10. Назвать факторы, определяющие приоритетность и эффективность окружного бюро, как надежного источника информации в условиях конкурентности на медиарынке.

Научная новизна диссертации заключается в том, заключается в том, что впервые с помощью метода типологического анализа проведено комплексное исследование функционирования окружного бюро информационного агентства «Интерфакс» на примере «Интерфакс-Поволжье»; введен в научный оборот термин «окружная сеть»; выявлены

факторы, определяющие приоритетность окружного бюро как надежного источника для аудитории в регионах; проведен анализ новостной повестки регионального отделения, определяющей «социальную контактность» окружного бюро и его приближенность к конкретным запросам людей.

Теоретическая и практическая значимость. Теоретическая значимость работы заключается в том, что полученная нами информация позволяет уточнить имеющиеся научные представления об особенностях функционирования окружных информационных бюро; выявить факторы, определяющие приоритетность и эффективность окружного бюро как источника информации в условиях конкуренции на современном медиарынке.

Практическая значимость работы заключается в том, что положения диссертационного исследования могут применяться в учебном процессе в рамках дисциплины «Новостная журналистика» и быть полезным для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика». Материалы исследования можно использовать корреспондентам новостных служб.

Объектом данного исследования является окружное бюро негосударственного информационного агентства «Интерфакс» - «Интерфакс-Поволжье», освещающее региональную повестку субъектов Приволжского федерального округа.

Предметом исследования являются типологические характеристики агентства «Интерфакс-Поволжье», а также особенности взаимодействия национальной новостной службы с окружным бюро в процессе формирования повестки дня в современном медийном пространстве.

Гипотеза данного исследования заключается в утверждении тезиса о приоритетности окружного бюро федерального информационного агентства как надежного источника для аудитории в регионах. Автор также считает, что «социальная контактность» окружного подразделения, его приближенность к конкретным запросам людей накладывает свой отпечаток на типологические характеристики и особенности функционирования и взаимодействия с

аудиторией.

Методология и методы диссертационного исследования predetermined предметом и целью работы. В работе использовались как общенаучные методы – анализ и синтез, дедукция и индукция, исторический и логический, так и методы смежных дисциплин - журналистики, публичных отношений, социологии. Основопологающим в исследовании стал компаративистский метод, который позволил провести сравнительный анализ особенностей функционирования бюро федерального информационного агентства в регионах для определения специфики его деятельности, тематических особенностей информационной повестки субъектов Поволжья.

Также использовались методы включенного наблюдения и сравнительный. Автор применял в своем исследовании методы контент-анализа и мониторинга, которые позволили на основе анализа выявленных принципов формирования региональных медиаповесток теоретически обосновать формы взаимодействия регионального бюро с центральной службой, находящейся в Москве. В работе использовались доклады экспертного сообщества, материалы рейтингов по охвату аудитории сайтов новостных служб, статистические данные.

В качестве эмпирической базы исследования изучался контент лент и интернет-сайтов информационных агентств «Интерфакс», «Интерфакс-Поволжье», анализировались и структурировались положения профессиональных стандартов данной новостной службы и ряда других. Изучены ряд разработанных и используемых в практике правил к структурированию новостных текстов в стандартах информационных агентств.

При исследовании автор опирался на собственный практический опыт работы в качестве корреспондента окружного подразделения федерального информационного агентства.

Хронологические рамки исследования. Рассмотрены новостные сообщения, выходявшие с 2018 по 2019 годы на ленте «Интерфакс-

Поволжье».

Степень достоверности результатов исследования. Степень достоверности результатов проведенного исследования обусловлена использованием необходимой теоретической и методологической базы диссертации, количеством самостоятельно изученного эмпирического материала (более 15 тыс. новостных сообщений), его репрезентативностью для раскрытия выбранной темы, а также самостоятельным анализом научных работ, посвященных типологии средств массовой информации.

Положения, выносимые на защиту:

1. Практика деятельности федеральных информационных агентств осуществляется в условиях кардинальных изменений современного медиапространства, что влияет на формирование новостной повестки, поиск подходов к взаимодействию с аудиторией, динамику информационного взаимодействия центра и регионов. Новый эмпирический материал, касающийся анализа деятельности федерального информационного агентства в регионах в современном медийном пространстве, стал важнейшей предпосылкой для научного осмысления и получения точного представления о типологических особенностях федеральных окружных информационных агентствах и их месте в структуре СМИ.

2. Наличие окружной сети помогает федеральному агентству привлекать новых подписчиков, улучшать узнаваемость компании. Присутствие в регионе федерального подразделения информагентства помогает локальным редакциям иных типов СМИ развивать эксклюзивные темы коротких информсообщений в собственные авторские материалы иных жанров, мотивирует совершенствовать свой профессионализм в плане работы с источниками.

3. Развитие информационных технологий заставляет новостную службу адаптироваться к особенностям медиапотребления новостей пользователями, поэтому федеральные информационные агентства распространяют свой контент не только по закрытой подписке, но и на

собственных сайтах, которые самостоятельно функционируют в качестве медиа. Уникальные сведения, которые дублируются с лент агентств, свидетельствуют подписчикам о профессионализме корреспондентов, высоком уровне доверия агентству спикеров.

4. В условиях растущего информпотока цифровой системы новостные агентства имеют больше возможностей для роста, чем другие медиаорганизации за счет их многолетней приверженности принципам точности, оперативности и непредвзятости.

5. С учетом динамично меняющихся обстоятельств, когда социальные сети изменили монополию новостных агентств, автор, опираясь на личный опыт работы, собственную методику, выявляет типологические особенности, а также специфику функционирования сети информагентства в округе и формулирует основания для повышения эффективности деятельности окружных бюро как приоритетных источников информации. В их основе лежит амбивалентность соотношения федеральной информационной составляющей и тематического наполнения новостной повестки дня с учетом регионального фактора.

Апробация результатов работы. Основные результаты исследования были представлены на научно-практических конференциях, среди которых: III Международная молодежная научно-практическая конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества» (ННГУ, Нижний Новгород, 2017), Международная научно-практическая конференция «Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития» (ННГУ, Нижний Новгород, 2018), Международная научно-практическая конференция «Журналистика 2018» (МГУ, Москва, 2018), Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2019» (МГУ, Москва, 2019), Международная научно-практическая конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества» (Нижний Новгород, 2019) и другие, также в ходе мастер-классов на

площадке ННГУ им. Н.И. Лобачевского и в практической работе автора в качестве корреспондента в информационном агентстве.

Основные положения и выводы по теме диссертации нашли свое отражение в 9 опубликованных работах общим объемом 3,25 п.л., в числе которых 3 статьи, опубликованные в изданиях, входящих в Перечень ведущих рецензируемых научных изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией Российской Федерации в Перечне ведущих рецензируемых научных журналов и изданий.

Структура работы. Исследование состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы. Первая глава посвящена теоретическому осмыслению принципов деятельности информационных агентств, во второй главе рассматривается история информационного агентства «Интерфакс», задачи создания им окружной сети и специфики Приволжского федерального округа. Каждая глава завершается выводами. В заключении представлены общие выводы проведенного исследования.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, дается характеристика степени разработанности научной проблемы; обозначаются объект и предмет исследования, его цель и задачи; определяется научная новизна работы, отражаются ее теоретическая и практическая значимость; формулируются гипотеза и положения, выносимые на защиту; подтверждается степень достоверности результатов; приводятся сведения об апробации работы.

Первая глава «Информационное агентство как тип СМИ: теоретико-методологические подходы» посвящена теоретическому осмыслению принципов деятельности информационных агентств.

В **параграфе 1.1.** рассматривается вопрос терминологии информационного агентства. Приводится исторический экскурс развития новостных служб, указываются классификации существующих типологий

СМИ, определяется место информационного агентства и его особенности в современном медиапространстве. Редакционная философия, декларирующая объективность и нейтральность, была условием функционирования информационного агентства. С самого начала они должны были действовать в рамках «статуса-кво» и избегать оценки в событиях, о которых сообщали. Данные принципы во многом стали основополагающими в дальнейшей работе новостных служб. С появлением Интернета возрос функционал агентств, их продукты адаптировались для мобильных телефонов и других устройств. Также повысились требования к конкурентоспособности в условиях мгновенной передачи сообщений на ленты подписчикам. Исходя из существующих формулировок, пришли к выводу, что основным типологическим признаком, выделяющим информационные агентства среди других СМИ, считается аудиторная направленность: информационные агентства являются специфическими СМИ, материалы которых адресуются специалистам иных СМИ и структурам государственного, экономического, бизнес-секторов. Информационные агентства являются ключевыми институтами, имеющими существенное значение для любой медиасистемы. Новостные службы можно считать невидимым нервным центром, соединяющим все части медиаполя.

В **параграфе 1.2.** мы проанализировали различные схемы классификации СМИ и выделили основные типоформирующие признаки. Пришли к выводу, что информационные агентства могут различаться по региону распространения, целевой направленности публикуемой информации, источникам финансирования, типу учредителя. Критерии могут быть расширены и уточнены с помощью дополнительных характеристик, описывающих особенности данной типологической группы, таких, как хранение информации в своих электронных базах, преобладание новостных жанров, непрерывный режим работы. Корреспондентов агентства отличает высокая информационная нагрузка, оперативное реагирование на

происходящее, поскольку от обработки информационного повода до финальной публикации текста может пройти несколько минут.

Современная медиасистема требует от агентств, специфика которых всегда заключалась в аудиторной узкопрофильности, искать возможности для прямого выхода своей продукции на массового читателя. Одним из способов достижения этой цели является создание разветвленной сети корпунктов в каждом округе страны, основными задачами которых является отражение динамичной картины жизни регионов и интерпретация локальных событий под федеральные информационные стандарты.

В параграфе 1.3. мы пришли к выводу, что информационное агентство в своей деятельности придерживается как нормативно-правовых актов, так и положений собственных редакционных стандартов. Изучив основные положения хартий трех крупнейших информационных агентств России (ТАСС, РИА Новости, «Интерфакс»), резюмировали, что во многом они совпадают с положениями Закона о СМИ и Кодекса профессиональной этики журналиста, но агентства подчеркивают, что доверие подписчиков – самый дорогой ресурс компании, поэтому сотрудники должны сделать все возможное, чтобы исключить появление неоперативной, искаженной или односторонней информации. Во всех изученных документах было отмечено, что корреспонденты должны быть беспристрастны и ответственны при подготовке новости, поскольку их личная ошибка при подготовке одного текста может повлиять на репутацию всего информационного агентства. Преждевременная публикация сообщения, передача непроверенного факта от недостоверного источника приводит к дальнейшему аннулированию новости, что в работе агентства считается экстраординарной ситуацией. Все крупнейшие отечественные федеральные агентства указывают в своих редакционных документах, что аннулирование является чрезвычайной ситуацией, на которое дается разрешение руководства. Частое аннулирование сообщений может нанести ущерб поверившим сообщениям людям и привести к их отказу от подписки, ухудшению позиций новостных служб в мировых

рейтингах цитируемости, поэтому корреспонденты обязаны минимизировать вероятность допущения подобных ошибок. В числе редакционного свода правил содержится регламент работы с источниками информации, технология передачи новостей и правила написания текстов.

Учебный стандарт «Интерфакса» рекомендован своими создателями для изучения студентами факультетов журналистики в вузах. Из положений, по которым работает агентство, следует, что приоритеты агентства реализуются в написании такой информации, которая непосредственно затрагивает интересы людей – для тех, кто принимает решения в бизнесе и политике. Заметка считается главной формой оперативного сообщения новостей.

Основные элементы новостной заметки отражены в Таблице 1.

Таблица 1

Структурные элементы новости информационного агентства

Слаглайн	Технический элемент новости, позволяющий подписчику агентства ориентироваться в содержании заметки. Составляется по модели: место-субъект-повод. Пишется заглавными буквами.
Заголовок	Излагает суть новости изъяснительным предложением в количестве не более 76 знаков. Заголовок, как правило, должен отвечать на вопрос "Кто и что сделал?"
Подзаголовок	Дополнительные сведения к заголовку, его наличие необязательно
Справочная строка	Технический элемент текста новости, в котором указывается пояснение к версии текста, могут указываться, какие дополнения были внесены
Дейтлайн	Сообщается дата и место откуда передается информация, название агентства сообщается заглавными буквами. Время передачи сообщения передается на ленту автоматически.
Лид	Состоит максимум из пяти строк и повторяет заголовок по содержанию, но, как правило, не идентичен, а раскрывает главный смысл сообщения. Обязательно приводится источник информации. Далее лид подкрепляет цитата.
Контекст	Несколько абзацев следуют по убывающей значимости. После него добавляются второстепенные детали.
Бэкграунд	Содержит общую информацию, необходимую для понимания новости: предыстория события, основные данные о компании или ньюсмейкера.

Стандартным сообщением агентства является новость, объем которой не превышает 1,5 – 2 тысяч знаков, поскольку задачей информационной службы

является трансляция фактов, мнение о которых получатель должен сформировать самостоятельно. Составители стандарта отмечают, что автор должен четко сформулировать первые два абзаца новости, поскольку читатель может ознакомиться с заголовком и началом текста. Отдельное внимание уделяется важности точной передачи цитирования – цитата повышает доверие к новости и делает текст более содержательным и ярким.

Как правило, новость содержит информацию об одном (единичном или находящемся в череде происходящего) событии или касается одного (отдельно значимого) аспекта события. Новость может представить событие сразу же, но, в случае развития или масштабности происходящего, текст передается в нескольких последовательных версиях, сведения в которых дополняют, расширяют или обновляют предыдущую информацию.

Исследование показало, что агентство «Интерфакс-Поволжье» в своих текстах старается избегать канцеляризмов и тяжеловесных конструкций, не использует художественные средства, жаргонизмы, нецензурную лексику, нетолерантные выражения. Отсутствие оценочности в заметках агентств сводит к минимуму возможность нанесения вреда.

Согласно анализу, чаще всего агентства формулируют заголовки, исходя из содержания новости. При этом по форме заголовки предикативные, то есть представляют собой полностью законченное высказывание, которое выражает основное содержание новости. Вторым по упоминаемости является способ, когда цитата источника выносится в заголовок. Из результатов анализа публикаций «Интерфакс-Поволжье», рассматриваемых в хронологический период исследования, следует, что чаще всего в обязательном структурном элементе новости агентство приводит цитаты из пресс-релизов различных официальных источников (47%). Также авторами цитат могут быть главы различных ведомств, слова которых приводит их пресс-служба (35%). Реже всего агентства цитируют прямых очевидцев событий.

Также в параграфе приводятся типы источников и основные адреса поиска информации для корреспондента. Были проанализированы принципы

работы корреспондента информационного агентства с собственными источниками, выделены критерии определения эксклюзивной и авторской новости. Теоретические положения проиллюстрированы конкретными примерами новостей, в которых агентство обращается к официальным и анонимным источникам информации. Из редакционного свода правил следует, что текст, основанный на единственном анонимном источнике, должен быть исключением и требовать одобрения непосредственного руководителя корреспондента, а само агентство должно предпринять все усилия, чтобы как можно оперативнее официально подтвердить сведения.

Во **второй главе** «Особенности функционирования окружных бюро федеральных информационных агентств (на примере ИА «Интерфакс-Поволжье»)» рассматривается история информационного агентства «Интерфакс», задачи создания им окружной сети и специфики Приволжского федерального округа.

В **параграфе 2.1.** мы определили, что агентство «Интерфакс» с момента своего образования изначально ориентировалось на зарубежные стандарты мировых СМИ, которые основаны на принципах независимости, объективности, достоверности. В условиях цифровизации федеральные СМИ, в том числе агентства, ищут способы консолидации новой аудитории, которая всё больше проявляет интерес к локальным новостям. Группа «Интерфакс» начала программу по созданию региональных информационных агентств во всех федеральных округах России в 2002 году. В течение следующих двух лет были открыты информационные агентства в Уральском, Южном, Приволжском, Северо-Западном, Сибирском и Центральном федеральных округах. В 2007 году было открыто подразделение на Дальнем Востоке. В результате агентство сформировало окружную сеть, состоящую из агентств «Интерфакс-Урал», «Интерфакс-Юг», «Интерфакс-Поволжье», «Интерфакс-Северо-Запад», «Интерфакс-Сибирь», «Интерфакс-Центр», «Интерфакс-Дальний Восток». В настоящее время «Интерфакс» – международная группа с самой большой региональной корреспондентской

сетью среди всех российских информационных агентств. Окружные бюро стали каналами распространения объективной и правдивой информации о жизни регионов, входящих в состав конкретного округа, о деятельности региональных и муниципальных органов власти, общественных объединений, бизнес-сообщества, федеральных структур. Отделения информслужбы активно участвуют в разработке и реализации специальных программ для повышения инвестиционной привлекательности и имиджа округа. Новостная служба стоит во главе системы средств массовой информации и сообщает фактическую новостную информацию круглосуточно, ей необходимо отображать реальную медиаповестку из всех субъектов страны для представления объективной информационной картины дня страны.

Контент из регионов публикуется в соответствии с информационной политикой агентства из центра, но, вместе с тем, на тематику из определенного субъекта РФ оказывает влияние технико-производственная структура территории, демографические, экономические и социокультурные характеристики, которые специфичны для каждого региона. Материалы окружного агентства публикуются на региональной ленте, которая доступна подписчикам на платной основе, а также дублируются на региональном сайте федерального агентства. Если региональное событие получает общественный резонанс, то новости дублируются на основную, центральную, ленту «Интерфакса», а также на основной сайт агентства. Материалы окружных подразделений агентств лишены экспрессии и какой-либо личной интерпретации корреспондентом. Журналисты, находящиеся в регионах, всегда руководствуются сформулированными положениями редакционного стандарта.

В параграфе 2.2. мы определили, что Приволжский федеральный округ является вторым по численности населения в России, в состав которого входят 14 регионов с разным административным делением и системой политического управления. Во всех субъектах есть крупные производственные предприятия, также округ отличает развитая транспортная промышленность.

Медиапространство Поволжья развито широко – по данным на 2021 год, на территории Приволжского федерального округа осуществляют свою деятельность редакции 4855 различных типов СМИ.

Целью создания бюро в Приволжском федеральном округе являлось предоставление всесторонней политической и экономической информации по региональным и федеральным вопросам средствам массовой информации, предприятиям и государственным учреждениям. На выбор тем материалов агентства влияет и целевая аудитория, которую руководство «Интерфакса» определяет как профессионалов, занимающихся политикой, бизнесом, финансами, энергетикой. Соответственно, темы сообщений агентства и региональных его отделений касаются экономики, политики, инвестиций, а также происшествий, влияющих на принятие решений в любой из перечисленных сфер. Агентство ставит своей задачей беспристрастно сообщать новости, при этом в регионах довольно часто происходят резонансные события, которые нужно освещать быстро и достоверно. Таким образом, наличие корреспондента, проживающего в определенном субъекте и имеющего собственную базу уникальных источников, позволяет новостной службе дать взгляд на событие изнутри глазами жителя города, знать нюансы региональной конъюнктуры. При поиске сотрудников редакция называет в числе условий опыт работы в информационных СМИ (желательно в информационных агентствах), эрудированность, мобильность, готовность быть на связи круглосуточно и семь дней в неделю и к наличию возможных командировок. Кандидат должен обладать стрессоустойчивостью, ответственностью, инициативностью, упорством, внимательностью и пунктуальностью. Профессионализм работника оценивается по умению находить эксклюзивные темы, способности устанавливать контакты с источниками информации и поддерживать их. Важным критерием является проживание корреспондента в том городе, где агентство объявило вакансию. Компетентность сотрудника информслужбы определяется еще и умением видеть за происходящим новостную значимость, поскольку не каждое

событие является информационным поводом. Сотрудники окружного бюро присутствуют в каждом регионе ПФО, они непосредственно вовлечены в локальную информационную повестку.

С корреспондентом агентства из отдельного субъекта работают две команды: на уровне округа и редакторы из центрального подразделения. Представители федерального «Интерфакса» периодически проводят обучающие семинары для сотрудников региональных редакций с целью улучшить профессиональные компетенции.

В параграфе 2.3. было проанализировано свыше 15,7 тыс. сообщений за 2018 и 2019 годы, которые были опубликованы на ленте информационного агентства «Интерфакс-Поволжье». Информационная повестка окружного бюро федерального информагентства формируется как из предложений московских редакторов, так и идей от региональных сотрудников. Таким образом, трансляция регионального контента преимущественно является восходящей: с локального уровня к федеральному. Кроме того, сотрудники локального подразделения совместно работают с редакторами центрального бюро над новостями с помощью специальной информационной системы, позволяющей осуществлять двойной фактчекинг. При этом все материалы создаются в рамках основного стандарта, что приводит к единому высокому уровню работы.

В рамках исследования единицей счета являлся один текст, опубликованный для подписчиков, в жанре короткой новостной заметки среднего объема в 1,5-2 тыс. знаков и состоящий из структурных элементов, упомянутых выше. Авторами являлись корреспонденты окружного бюро. Сообщения были поделены на несколько категорий: «Политика», «Экономика», «Происшествия», «Общество», «Культура», «Спорт», «Другое». Также мы отследили, какое количество сообщений из конкретного региона были продублированы с региональной на центральную ленту агентства. В результате анализа были определены регионы, где события, которые формируют федеральную повестку информагентства.

На основании полученных данных контент-анализа пришли к выводу, что окружное информационное агентство фокусирует свое внимание чаще на чрезвычайной и политической темах из субъектов Приволжского федерального округа. Тексты корреспондентов из регионов содержательно соответствуют информационной политике «Интерфакса», при этом на тематику новостных сообщений может оказывать влияние локальная специфика.

Анализ также показал, что в фокусе регионального представительства информационного агентства находятся уголовные дела, привлекающие внимание высокопоставленным фигурантом, уникальностью судебной ситуации либо строгостью назначенного приговора. Регионы Поволжья достаточно часто посещают федеральные чиновники, в том числе, глава государства, – в округе проходят делегации, собрания, совещания. С этими визитами также связан большой поток политических сообщений, которые формируют повестку дня страны. Темы спорта, культуры уступали региональной политике и экономике, что подтвердило вышеназванное предположение о соответствии информационной повестки интересам целевой группы агентства.

Анализируя общие полученные данные выборки за двухлетний период исследования, пришли к выводу, что сообщения регионального агентства о происшествиях «привлекают» федеральное внимание. Саратовскую, Нижегородскую области в 2018 году отличало большое количество сообщений на чрезвычайные темы, при этом из Нижегородской области около трети всех сообщений являлись федеральными. Из Удмуртии, Самарской области, Башкирии в 2018 году было больше всего сообщений на экономическую тему. Катастрофа национального уровня прилась в 2018 году на Оренбургскую область – окружное агентство написало десятки сообщений о крушении самолета, все эти новости становились федеральными. Стоит отметить, что 2018 год сразу четыре поволжских региона – Нижегородская, Самарская области, Татарстан и Мордовия – принимали

гостей и участников Чемпионата мира по футболу, что связано с числом сообщений на спортивную тематику из данных субъектов.

На число сообщений агентства в категории «Политика» влияет участие информагентства в электоральной коммуникации. В 2018 году в единый день голосования в Поволжье проходили региональные и муниципальные выборы: губернаторов избирали в Нижегородской, Самарской областях. За депутатов региональных парламентов голосовали жители Ульяновской области и Башкирии. В пяти регионах округа наибольшее число сообщений было на экономическую тему.

Наибольшее число информационных сообщений, которые формировали федеральную повестку, публиковалось из трех регионов округа - Ульяновской области, Татарстана и Самарской области (до 50% от общего числа). Наименьшее число федеральных информационных поводов прозвучало из Пензенской и Кировской областей.

В 2019 году чрезвычайная тематика продолжала лидировать в Нижегородской и Саратовской областях, резонансным по ЧП стал год для Пензенской области. Из общего информпотока почти половина вновь была федеральной у Татарстана, Самарской и Ульяновской областей. В пределах 40% - у Нижегородской области, Удмуртии. Возросло число заметок из Марий Эл, которые представляли интерес на федеральном уровне, при относительно небольшом информационном потоке республики в сравнении с остальными регионами округа. Наименьшее число заметок, темы которых представляли федеральную значимость, было опубликовано из Кировской области, Чувашии, Мордовии. На число сообщений в категории «Политика» в отдельных регионах Поволжья повлияло и то, что в единый день голосования проходили выборы глав Оренбургской области, Башкирии. Также проходили выборы депутатов в Государственный совет Татарстана и собрание парламентариев в Марий Эл, депутатов Пензенской городской думы седьмого созыва.

Поволжье является достаточно информационно-насыщенным округом,

бюро федерального информагентства «Интерфакс» пишет сообщения на все важные для общества темы. При этом в некоторых регионах до 50% сообщений от общего числа выпущенных текстов могут становиться федеральными информационными поводами. Все локальные информационные поводы, к которым обращается новостная служба, – потенциально могут иметь федеральное значение. Агентство собирает, обрабатывает и публикует информацию, которая имеет значение для округа и страны, исходя из своего редакционного стандарта.

Ранее информационные службы не могли напрямую взаимодействовать с массовым читателем, но в настоящее время даже у регионального бюро есть свой полноценный сайт, на котором транслируется вся почти вся информация в полном объеме, за исключением текстов с тематических лент. При этом большинство материалов выходит на сайте практически одновременно с лентой. Таким образом, любой читатель может читать материалы информагентства в режиме реального времени, которые написаны в соответствии со строгими редакционными стандартами.

В параграфе были изучены данные специализированной системы медиамониторинга, которые показали, что медиаресурсы Поволжья более активно упоминали в своих материалах название центрального бюро информагентства, при этом мы отмечали, что окружные СМИ могли не добавлять в своих материалах название-приставку окружного бюро, считая достаточным лишь ссылку на названия агентства. Вместе с тем, проведенный анализ подтверждает успешность региональной интеграции федерального агентства: получатели продукции агентства видят региональную информацию под маркировкой надежного и проверенного источника информации и цитируют сведения агентства в своих материалах.

Локальные редакции иных типов СМИ могут пренебрегать стандартами журналистики и допускать публикацию новостных сообщений на основании опубликованных слухов в соцсетях, самостоятельно интерпретировать цитаты спикеров и дополнять личными суждениями. Кроме того, региональные

издания достаточно низко цитируются мировыми зарубежными СМИ, они не могут в полной мере формировать повестку дня на транснациональном масштабе, как это делают информагентства. Окружные подразделения федеральной новостной службы задают качественную планку – отслеживают информационные поводы, которые могут сформировать федеральную повестку дня, публикуют мнения двух конфликтующих сторон в истории, предоставляют корректные ссылки в новостях, строго относятся к цитированию источников. Таким образом, федеральные игроки, решившие развивать собственные сети в регионах, способствуют возникновению и развитию здоровой медиаконкуренции.

В **заключении** содержатся результаты проведенного исследования, а также основные выводы, сформулированные в ходе работы над избранной темой. Выводы, полученные в процессе исследования, позволяют дополнить существующие знания по теме функционирования информационных агентств.

В результате проведенного анализа можно говорить о том, что новостные агентства отсеивают огромное количество информации, анализируют ее, после чего передают содержательные и хорошо сформулированные новости. Информационные агентства заинтересованы в привлечении новых подписчиков, в конкурентной борьбе используют различные способы выхода в широкую аудиторию, в том числе открывают окружные региональные сети. К действующим определениям о функциях новостных служб мы уточнили, что агентства характеризуют такие качества, как оперативные поиск и обработка информации. Достигнуты цели работы – выявлены критерии работы информагентств, основные типологические особенности агентства как группы СМИ. По итогам своего исследования мы пришли к выводу, что информационное агентство в своей деятельности придерживается не только нормативно-правовых актов, но и собственных стандартов.

Доказана гипотеза исследования о приоритетности окружного бюро федерального информационного агентства как надежного источника для

аудитории в регионах. «Социальная контактность» окружного подразделения, его приближенность к конкретным запросам людей накладывает свой отпечаток на типологические характеристики и особенности функционирования и взаимодействия с аудиторией. Наличие окружной сети помогает агентству не только полностью покрывать информационную повестку, но и улучшать общую узнаваемость компании.

Перспектива развития данного исследования заключается в изучении стратегии работы новостных агентств в условиях растущего информпотока. Представляется возможным изучение дальнейших перспектив использования агентствами компьютерного алгоритма при создании новостей. Возможно определение сценариев присутствия федеральных новостных служб в регионах, способах их взаимодействия не только с покупающими подписку клиентами, но и массовой аудиторией через каналы в социальных сетях, мессенджерах. Информационные службы имеют больше возможностей для роста, чем другие медиаорганизации, за счет их многолетней приверженности принципам точности, непредвзятости и оперативности.

Все это побуждает нас пристальнее следить за новыми принципами взаимодействия агентств с аудиторией в условиях кардинальных изменений современного информационного пространства.

Основные результаты исследования изложены в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в рецензируемых изданиях, рекомендованных

Высшей аттестационной комиссией

Министерства науки и высшего образования РФ

1. Курманина Т.С. К вопросу о типологических особенностях информационного агентства как группы // Знак: проблемное поле медиаобразования, Челябинский государственный университет. – 2019. – № 1 (31). – С. 189-194. (0,5 п.л.) – ISSN 2070-0695

2. Курманина Т.С. Особенности региональной повестки в федеральном

информационном агентстве (на примере информационного агентства «Интерфакс») // Наука и школа, МГПУ. – 2020. – № 1. – С. 20-28. (0,65 п.л.) – ISSN 1819-463X

3. Курманина Т.С. К вопросу о профессиональных стандартах и этических регуляторах журналиста информационного агентства // МедиаАльманах. – 2020. – № 4. – С. 80-86. (0,65 п.л.) – ISSN 1992-463

Статьи в сборниках научных трудов и материалах научных конференций

4. Курманина Т.С. Информационное агентство: типологические особенности, творческие аспекты деятельности и региональная специфика функционирования (на примере ИА «Интерфакс-Поволжье») // Журналистика как важный фактор международного сотрудничества: векторы развития: сборник материалов международной научно-практической конференции кафедры журналистики 13 марта 2018 года. – Н. Новгород. – 2018. – С. 135 –141. (0,4 п.л.)

5. Курманина Т.С. Коммуникационные стратегии и стандарты работы информационного агентства в условиях цифровой эпохи // Международная молодежная научная конференция «Гармонизация межнациональных отношений в условиях глобального общества», 23 Нижегородская сессия молодых ученых. Гуманитарные науки: материалы докладов. – Н.Новгород. – 2018. – С. 187–188. (0,2 п.л.)

6. Курманина Т.С. Коммуникационные стратегии информационного агентства в условиях распространения фейковых новостей// Сборник докладов VIII Всероссийского фестиваля науки на базе ННГАСУ (Нижний Новгород). – 2018. – С. 151–154. (0,3 п.л.)

7. Курманина Т.С. Журналист информационного агентства: особенности ответственности // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2019. – С. 257–258. (0,1 п.л.)

8. Курманина Т.С. Жанровые особенности материалов информационных агентств // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2019». – М: МАКС Пресс. – 2019. – С. 1–2. (0,25 п.л.)

9. Курманина Т.С. Аудиторная специфика информационных агентств // Международная научно-практическая конференция 24-я Нижегородская сессия молодых ученых (гуманитарные науки): материалы докладов – Н. Новгород: НРЛ. – 2019. – С.55–56. (0,2 п.л.)