

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Зорин К. А.
« ____ » _____ 2016г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**РЕСУРСЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
НЕЗАВИСИМОГО ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА**

42.04.02 Журналистика

42.04.02.02 Медиатехнологии и менеджмент средств массовой информации

Руководитель _____ д-р филос. наук, проф. О.Ф. Нескрябина
Выпускник _____ Я.А. Тазмина
Рецензент _____ ген. директор ООО «НИА» В.Г. Исаев
Нормоконтролер _____ ст. преподаватель Д.А. Устюжанина

Красноярск 2016

Аннотация магистерской диссертации
Тазминой Яны Андреевны
«РЕСУРСЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕЗАВИСИМОГО
ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА»

Научный руководитель – Нескрябина Ольга Федоровна, доктор филос. наук, профессор

Количество страниц: Общее число страниц – 97 (в их числе титульный лист, список использованных источников, приложения).

Количество использованных источников: 63

Перечень ключевых слов: СМИ, информационное агентство, стратегия развития, контент.

Актуальность: актуальность данной работы обусловлена тем, что в современных условиях роста конкуренции для выживания предприятию необходимо постоянно совершенствовать свою деятельность. В данной работе для развития агентства автор предлагает ряд нововведений, которые позволят предприятию повысить уровень внимания читателей к материалам агентства и расширить сегмент аудитории.

Цель: анализ деятельности и разработка стратегии развития информационного агентства на примере предприятия «Независимое информационное агентство».

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач:** изучения внутреннего устройства и функций информационных агентств; рассмотрения методов работы информационных агентств; рассмотрения проблем работы информационных агентств в отечественных условиях; изучения медиарынка города Красноярск; анализа стратегической позиции «Независимого информационного агентства»; разработки стратегии развития «Независимого информационного агентства».

Новизна исследования заключается в анализе деятельности «Независимого информационного агентства» и в разработке стратегии его развития.

Объектом данной работы являются информационные агентства. **Предмет** – структура, деятельность и ресурсы развития информационных агентств.

Теоретическая база: Работа опирается на исследования по теории массовой коммуникации Г.Г. Почепцова, Г.П. Бакулева, В.Б. Кашкина, М.М. Назарова. Для анализа языка информационных агентств автор использует работы Т.Ван Дейка, Г.Я. Солганика, С.В. Ильясовой, Л.П. Амири, Т.Г. Добросклонской и др. Среди работ по менеджменту отметим работы Л.Н. Петрова, Е.Л. Вартановой, Ю.А. Погорелого, А.Е. Яковлева.

Эмпирической базой исследования является сравнительный анализ популярных информационных агентств России («ИТАР-ТАСС», РИА «Новости», «Интерфакс») и города Красноярск («Независимое информационное агентство», «Newslab», «Сибирское агентство новостей», «1-LINE», «Енисей»).

Структура и краткое содержание работы: Данная работа состоит из двух глав, введения, заключения, списка источников и приложений. Первая глава включает в себя два параграфа, которые посвящены анализу места информационного агентства в структуре медиасферы, изучению факторов развития информационных агентств и их проблемы. Во второй главе рассматриваются информационные агентства города Красноярск, дается их описание, проводится анализ деятельности «Независимого информационного агентства», дается разработка стратегии его развития. В заключении сформулированы основные результаты проведенного исследования.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Деятельность информационных агентств в современном информационном поле	8
1.1 Актуальные проблемы и тенденции развития информационных агентств ...	8
1.2 Ведущие российские информационные агентства: опыт деятельности, успешные стратегии развития	29
2 Ресурсы и перспективы развития «Независимого информационного агентства».....	39
2.1 Обзор красноярского рынка информационных агентств.....	40
2.2 Анализ деятельности «НИА-Красноярск»	49
2.3 Разработка стратегии развития «Независимого информационного агентства»	54
Заключение	63
Список использованных источников	64
Приложение А Главные новости по версии НИА от 31 марта	70
Приложение Б Тема дня по версии НИА от 30 марта	71
Приложение В Тема дня по версии НИА от 31 марта	72
Приложение Г Главные новости по версии НИА от 3 мая	73
Приложение Д Данные счетчика Яндекс-метрика за 2015 г.....	74
Приложение Е Макет рубрики НИА-Авто	92
Приложение Ж Макет рубрики НИА-Спорт	93
Приложение И Макет рубрики НИА-Туризм	94
Приложение К Макет рубрики НИА-Гаджеты	95
Приложение Л Макет рубрики НИА-Культура	96
Приложение М Макет рубрики НИА-Наука	97

ВВЕДЕНИЕ

Управление предприятием любого профиля, пусть даже самым малым, требует знания множества специальных дисциплин – менеджмента, делопроизводства, налогообложения, бухгалтерского учета и т.д. Но одной из определяющих, важнейших отраслей деятельности любой организации, одной из необходимых областей, на которые обращает внимание менеджмент фирмы, нужно назвать анализ ресурсов и перспектив организации.

Особую значимость такой анализ приобретает в столь динамичной и нестабильной области, как деятельность информационного агентства. Задачей таких агентств является снабжение оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией различных СМИ - редакций газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также других учреждений, организаций, частных лиц, являющихся подписчиками на продукцию информагентства. Сегодня информационным агентствам по оперативности конкуренцию составляют социальные сети, однако оперативные публикации являются непроверенными источниками информации, в отличие от сведений, которые поставляют информационные агентства. В таких условиях компания должна перманентно осуществлять контроль своих ресурсов и стратегических планов, чтобы оставаться эффективной.

Организация комплекса мероприятий по развитию и регулировке деятельности информагентства – это весьма сложная задача, для реализации которой требуется четкая и слаженная работа квалифицированных специалистов информационных, медийных, маркетинговых и аналитических подразделений предприятий.

Основываясь на богатом опыте зарубежных стран в сфере журналистики, можно утверждать, что работа информационных агентств - это самостоятельная область, где есть свои правила и законы. Для работы в этой области нужно использовать знания психологии, социологии и исследования социальных систем для создания продукта предприятия. И извлечь максимальную выгоду

из подобной работы в специфических отечественных условиях можно лишь при условии глубокого изучения и грамотного осмысления этих наук.

Тема диссертации определена как «Ресурсы и перспективы развития Независимого информационного агентства».

Актуальность данной темы обусловлена тем, что при правильной организации деятельность информационных агентств очень эффективна и оперативна, она способствует не только успешности предприятия, но и росту информированности всего общества. В современных условиях значимость этого аспекта деятельности еще более возрастает, поскольку своевременное получение информации является одним из важнейших (если не самым главным) условием успешной деятельности многих экономических, политических и социальных сфер общества.

Информационные агентства используют и адаптируют различные способы сбора и распространения информации. Без детального анализа этих проблем, без научных исследований основ функционирования информагентств теория современной журналистики и средств массовой коммуникации в настоящее время представляется неполной.

Принципы работы информационных агентств в мире одинаковы. Как правило, для получения информации журналисты специализируются на определенных темах и следят за деятельностью «своей» сферы, предприятий или конкретных людей. Кроме того, корреспонденты информационных агентств посещают мероприятия, присутствуют на городских, региональных событиях; получают информацию на пресс-конференциях, брифингах. Также журналисты пользуются материалами пресс-служб разных организаций. При получении необходимой информации для материала, журналист обрабатывает собранные данные и тогда новость публикуется в ленте информационного агентства.

На сегодняшний день написано немало трудов, посвященных вопросам организации работы информационных агентств, их месту в сфере журналистики. В их числе исследования В.И. Сапунова, Л. М. Земляновой, А.А.

Калмыкова и Л.А. Кохановой, Т.И. Фроловой, М.М. Лукиной, Ю.А. Погорелого, Э.В. Могилевской, А. Мирошниченко, О. Boyd-Barrett, Т. Rantanen.

Об информационных агентствах в системе жанров журналистики и жанровых особенностях пишут А.А. Тертычный, Г.В. Лазутина, Е.П. Прохоров.

В исследованиях А.И. Акопова, А.Ю. Долгополова, Я.Н. Засурского, Л. М. Земляновой рассмотрены вопросы развития интернет-СМИ и интернет-коммуникаций.

Теоретическая база исследования

Работа опирается на исследования по теории массовой коммуникации Г.Г. Почепцова, Г.П. Бакулева, В.Б. Кашкина, М.М. Назарова.

Для анализа языка информационных агентств автор использует работы Т.Ван Дейка, Г.Я. Солганика, С.В. Ильясовой, Л.П. Амири, Т.Г. Добросклонской и др.

Среди работ по менеджменту отметим работы Л.Н. Петрова, Е.Л. Вартановой, Ю.А. Погорелого, А.Е. Яковлева.

Объектом данной работы являются информационные агентства.
Предмет – структура, деятельность и ресурсы развития информационных агентств.

Целью диссертации является анализ деятельности и разработка стратегии развития информационного агентства на примере конкретного предприятия – «Независимого информационного агентства».

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

- изучения внутреннего устройства и функций информационных агентств;
- рассмотрения методов работы информационных агентств;
- рассмотрения проблем работы информационных агентств в отечественных условиях;
- изучения медиарынка города Красноярска;
- анализа стратегической позиции «Независимого информационного агентства»;

- разработки стратегии развития «Независимого информационного агентства».

Новизна исследования заключается в анализе деятельности «Независимого информационного агентства» и в разработке стратегии его развития.

Положения, выносимые на защиту:

Деятельность «Независимого информационного агентства» в современных условиях нуждается в совершенствовании. Авторпредлагает следующие нововведения для развития агентства:

- для повышения уровня внимания читателей к новостной ленте агентства необходимо внедрение новых рубрик на сайт и в топ-меню – это лишь первый шаг к тематическому разнообразию;

- для достижения серьёзных результатов в расширении сегмента аудитории руководству рекомендуется пригласить к сотрудничеству талантливых внештатных авторов, которые будут писать на специализированные темы;

- для обновления дизайна сайта и приведения его к современным стандартам рекомендуется привлечь дизайнера и веб-программиста;

- редакции НИА следует подумать над созданием собственных проектов, которые привлекут дополнительную аудиторию и помогут встретиться с читателями и потенциальными подписчиками лицом к лицу;

- НИА рекомендуется завести аккаунты в социальных сетях и мессенджерах для привлечения интернет-пользователей и удобной обратной связи с читателем.

- необходимо добавить на сайт НИА качественные фотографии, видео с места событий, опросы, интерактивные карты, инфографику.

Данная работа состоит из введения, основной части, заключения, списка литературы и приложений.

1 Деятельность информационных агентств в современном информационном поле

В этой главе проанализируем место информационного агентства в структуре медиасферы, изучим факторы развития информационных агентств, их проблемы.

На сегодняшний день, актуальные проблемы связаны с достоверностью предоставляемой информации, конкуренцией с другими интернет-ресурсами, соотношением информационного содержания глобальной повестки дня и региональных новостей. Также в главе рассмотрим проблемы языка современных информационных агентств.

Ведущие информационные агентства существуют уже на протяжении полувека и за длительный период они накопили большой опыт, однако несмотря на это, они тоже сегодня попадают в условия общих цивилизационных изменений.

1.1 Актуальные проблемы и тенденции развития информационных агентств

Информационные агентства – специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Такое определение дает Я.Н. Засурский в своей работе «Система средств массовой информации России». Основной функцией информационных агентств, по Засурскому, является снабжение оперативной информацией разной тематики редакции СМИ и подписчиков от различных учреждений до частных лиц. Функционирование агентств ориентировано на сбор новостей [Засурский, 2001].

Новостные ленты информационных агентств отличаются по тематике: общеностные и специальные – новости политики, экономики, спорта и т.д.; по объему – количество материалов, страниц или килобайт; также

информационные ленты отличаются периодичностью: публикация сообщений в день, неделю, месяц; способом передачи: электронные телекоммуникационные каналы, спутниковая связь, электронные сети; ориентацией на отдельные группы потребителей: общенациональные, региональные СМИ, электронная пресса, органы власти, учреждения, коммерческие организации и т.д.

Количество и характер продуктов, производимых информационными агентствами часто меняется, поскольку зависят от предпочтений аудитории. Изучают и определяют приоритеты информационной политики специально созданные экспертно-аналитические службы.

Использование средства коммуникации также оказывает влияние на показатели успешности агентств, которые могут конкурировать друг с другом при наличии компьютерных сетей и спутниковой связи, что помогают достичь надлежащего уровня оперативности производимой информации. На сегодняшний день, у целого ряда информационных агентств есть возможность работать в онлайн режиме, передавая аудитории материалы с важными событиями в течение нескольких минут после их происшествия.

Рассмотрим такой важный показатель качества публикуемого материала как достоверность информации.

В материалах информационных агентств при не соответствии действительности некоторых данных поданная аудитории информация считается искаженной, так как приведенные недостоверные факты или цитаты искажают смысл всей информации, а также вводят читателей в заблуждение. Такая информация зачастую негативно отражается на имидже организации и/или физических лиц.

И именно искаженная информация сегодня является наиболее распространенной среди всех видов негативной информации.

Чаще всего с такой информацией сталкиваются организации, их руководители, публичные лица и т.п., и вследствие которой зачастую возникают проблемы их имиджа.

Самыми распространенными поводами, по которым может возникнуть искаженная информация [Марков, 2014]:

- технические погрешности;
- отсутствие согласования;
- ошибка источника информации.

Среди причин ее появления бывают:

- недостаточная компетентность;
- умысел.

В этой связи главным аспектом деятельности редактора информационного агентства является проверка фактического материала, также важны и другие аспекты: логический, стилистический и композиционный.

Обнаружить несоответствия можно сопоставляя факты в материале с уже известными фактами вне материала; сопоставляя факты в тексте между собой; повторяющиеся данные в материале – имена или даты; также важно отсутствие ошибок при оперировании числами.

Те ошибки, которые возникли из-за неточности фактов, выявляются благодаря использованию справочной литературы, информации из недавно пришедших сообщений по данной теме [Лащук, 2004].

Кроме того, удостовериться фактические данные можно путем получения официальных подтверждений, т.е. при возникновении сомнений редактор делает запрос корреспонденту или официальному лицу с просьбой подтвердить или опровергнуть ее. Здесь стоит отметить, что чаще всего именно факты, подлежащие проверке, являются смыслом материала информационного агентства, и при получении подтверждения или же опровержения данных, этот материал уже перестает быть новостью и теряет ценность.

Зачастую информационные агентства страхуются от обвинений в искаженной информации путем указания в тексте ссылки на источник информации. Ответственность за факты несет ньюсмэйкер.

При неверном освещении событий, старая информация обновляется новой. Подобное неоднократно имело место после событий 11 сентября 2001

года, когда противоречивые заявления от разных общественных деятелей следовали одно за другим [Лашук, 2004].

Иногда при работе с фактическим материалом корреспонденты и редакторы допускают неумышленные искажения. Особенно это касается цитат – одного из наиболее распространенных видов фактических материалов в сообщениях информационных агентств.

Кроме проверки точности материала, редактор должен определить, насколько имеющиеся в сообщении факты отвечают выполнению главной задачи информационного материала – раскрыть с необходимой полнотой главную новость [Ильин, 2006].

На практике достоверность источника определяется уровнем поступающей от него (из него) информации. Чем выше процент подтвержденной информации (сбывшихся прогнозов, подтвержденных сообщений и т.п.), тем достовернее источник, тем выше его репутация.

Одним из важных критериев достоверности источника информации является репутация. При этом стоит помнить, что человек всю жизнь может слыть в обществе порядочным, чтобы однажды совершить обман, дорого продав свою репутацию.

Ангажированность – еще один из главных критериев достоверности. Информация считается более достоверной и объективной тогда, когда источник является более независимым.

Компетентность и профессионализм – следующий важный критерий. Здесь стоит отметить, что корреспондент информационного агентства может воспользоваться данными, предоставленными абсолютно объективным источником, однако и она может оказаться малодостоверной. Все дело в том, что информацию по черной металлургии не следует брать с сайта агропромышленного комплекса.

Для определения вышеперечисленных критериев требуется работа над каждым источником информации. Используемые интернет-источники разделены на несколько групп по уровню достоверности [Ильин, 2006]. К

первой группе относится официальная информация, размещенная на сайтах государственных органов власти. Такую информацию можно считать достоверной. Однако иногда можно встретить намеренные случаи дезинформации, непреднамеренные ошибки или подачу информации из ненадежного источника.

Стоит отметить, что аудитория подразумевает степень достоверности в официальных сообщениях максимально возможной.

В следующей группе достоверности - официальная информация с сайтов информационных агентств, имеющих высокую репутацию.

Такие группы считаются информацией, на которую принято ссылаться как на источник высокого уровня достоверности,

К третьей группе отнесена та информация, которую раскрывают юридические лица самостоятельно согласно действующему законодательству. Такого рода информация публикуется на специализированных ресурсах или же сайтах, которые выбраны специально, иногда такие данные опубликованы на собственных сайтах юридических лиц.

Степень достоверности в этом случае тоже высока, но следует помнить, что информация подается самим юридическим лицом.

Еще в одну группу объединяется информация, опубликованная на сайтах новостных и информационных агентств, электронных СМИ, других подобных ресурсах с хорошей репутацией.

В следующей группе – информация со специальных тематических сайтов. Обычно, это информация из разных источников по определенной тематике. В данном случае степень достоверности определяется репутацией самого ресурса и репутацией конкретного источника, откуда взята информация.

Если говорить об электронных библиотеках (которые являются просто хранилищем) и электронных копиях печатных СМИ, то здесь нужно оценивать репутацию каждого отдельного СМИ.

К шестой группе относится информация, размещаемая на сайтах компаний, которые производят собственный информационно-аналитический

продукт. Позиция и ангажированность владельцев ресурса определяют степень достоверности. В эту группу также входят сайты, которые открывают специально для продвижения какой-либо информации.

Седьмая группа - откровенно «желтая» информация, а также так называемые «сливные бачки». Об их достоверности говорить не приходится.

Восьмая группа - информация, степень достоверности которой не может быть установлена в силу разных причин. Сюда можно отнести личные странички, информацию с гостевых книг и форумов, вновь открывшихся сайтов и т.п.

На сегодняшний день самым быстрым способом получения информации являются электронные СМИ. О развитии данного сегмента в ближайшее время можно понять проследив за развитием электронных СМИ.

Ведущие российские информационные агентства, к примеру, ИТАР-ТАСС (Tass.ru), Интерфакс (Interfax.ru), РИА Новости (Ria.ru) всегда давали наиболее оперативную информацию. С активным развитием информационных технологий появились другие информационные агентства (Regnum.ru, Rosbalt.ru и др.), онлайн-проекты (Газета.ру, Лента.ру и др.). И на сегодняшний день источником информации все чаще являются социальные сети (vk.com, facebook.com, twitter.com и др.) [Моджук, 2010].

На наиболее оперативной и точной информации специализируются, прежде всего, информационные агентства, на которые ссылаются различные интернет-источники, также благодаря агентствам на радио и ТВ выходят свежие новости. Можно ли в этой связи говорить о конкуренции информационных агентств и социальных сетей или дело в сегментировании: у тех и у других есть своя аудитория.

Что касается читателей и подписчиков агентств то эта аудитория более узкоспециализированная, нежели чем у сетей. Аудитория информагентств чаще состоит из работников СМИ, чиновников и бизнес-управленцев, а у соцсетей аудитория шире - экономисты, инженеры, студенты и другие.

Тем не менее, между информационным агентством и социальными сетями стирается грань. Во всяком случае, она не так видна неопытному потребителю, потому что большинство информационных агентств, которые сейчас есть в стране, работают как онлайн-СМИ. Все меньше становится агентств, имеющих свою закрытую ленту новостей, распространяющуюся по подписке или другим образом. Некоторые традиционные старые агентства сейчас тоже перестраиваются, пытаются быть онлайн-СМИ.

Главным отличием между информационными агентствами и социальными сетями является создание и подача информации. Обычно соцсети используют информацию из каких-то источников, а агентства имеют сложную в управлении и дорогую в содержании корреспондентскую сеть [Моджук, 2010].

Пока конкуренция между социальными сетями и информационными агентствами не очевидна. Информационные агентства продают информацию потребителям, т.е. не всегда работают напрямую с читателем, они работают со СМИ.

От информационного агентства требуется охват и оперативность, поскольку социальные сети и другие онлайн источники покупают их информацию. Чем больше географический охват, тем быстрее они будут работать.

Стоит отметить, что высокая посещаемость сайтов информационных агентств не дает преимуществ перед онлайн источниками и социальными сетями, т.к. последние помимо информации дают аудитории возможность общения посредством комментариев или дополнительных сервисов.

Для информационных агентств, специализирующиеся как правило на сборе и обработке новостей, важно учитывать помимо оперативности, объективности еще один критерий - умение увидеть за событием новость, ведь не каждое событие является новостью.

Настоящие новости нужно искать, они не приходят сами. Наши зарубежные партнеры высказывают такую точку зрения: «В России очень

скучно, у вас ничего не происходит, кроме разного рода ЧП, нам не о чем писать». Неожиданная точка зрения, но абсолютно обоснованная [Марков, 2014].

Современная медиаповестка формируется в условиях конвергенции средств массовой информации, что придает ей однообразность. Производство и тиражирование одного контента на разных медиаплатформах облегчает процесс установления информационной повестки дня [Беленькая, 2013].

Возникает вопрос: какие факты заслуживают того, чтобы информационное агентство о них сообщило? Суммируя различные критерии, предложенные теоретиками и практиками журналистики, можно предложить следующую классификацию (следует оговориться, что речь в ней идет о сообщениях СМИ в традиционном понимании, а не о материалах информационных агентств):

Близость темы новости читателю: либо в пространстве (непосредственное соседство или не слишком отдаленное место), либо во времени (недавнее прошлое или недалекое будущее), все то, что может заинтересовать читателя по ассоциации с какими-нибудь личными впечатлениями, если даже речь идет о чем-то далеком и по времени, и по месту.

Известность кого-либо или чего-либо – все то, что по тем или иным причинам может получить признание и популярность либо на местном уровне, либо в более широких масштабах; успехи или неудачи государственных, политических, деловых, общественных и иных организаций и их представителей, которые «делают новости»; знаменитости разного уровня, причем как в положительном, так и отрицательном смысле; сенсационные открытия, изобретения или достижения в самых различных областях.

Своевременность. Своевременность характеризует способность новости «держаться» информацию, пока она не утратит свою актуальность, а также уместность подачи тех или иных сведений в контексте сегодняшнего дня.

Воздействие новости по ее возможным последствиям.

Масштабность новости по степени ее важности, весомости и значимости.

Конфликт в самом широком толковании этого понятия, самая разнообразная информация со знаком минус, которая, как принято считать в западной журналистике, «быстрее продает газету» [Лашук, 2004].

Непредсказуемое развитие событий, неожиданные или непривычные ситуации, факты, поступки, то есть все, выходящее за привычные рамки повседневности дает повод для различных сенсаций.

Персонификация. Дает ли новость возможность акцентировать внимание на интересных подробностях с помощью конкретных людей, объяснить событие или проблему «через человека»?

Такие критерии имеют место быть при отборе материалов для публикации в новостных лентах информационных агентств.

Выделяют три группы свойств, которые делают текст информационно насыщенным:

- оригинальность,
- декодируемость,
- и релевантность.

Как пишет Р. Дебре в своей работе «Введение в медиологию», медиолог по отношению к информации будет придерживаться четырех практических, можно сказать, тривиальных замечаний [Дебре, 2010]:

1) Ценность информации индексируется в соответствии с обесценивающим ее временем. Новость либо свежа, либо нет, и ежедневная газета, которая стоит сегодня 7 франков, завтра не будет стоить и гроша.

2) Ценность информации обуславливается публикой, к которой она адресована. Не существует информации самой по себе, она существует лишь для некоей заданной среды. То, что является новостью в Австралии, не является таковой во Франции.

3) У информации нет инстанции обращения, и судьба ее разыгрывается в течение мгновения: если депеша Французского телеграфного агентства не воспроизведена в газете, если она не переходит в новостной кино- или тележурнал и его носители, то она утрачивается навсегда. Информация должна

и может быть верифицирована, отформатирована, сопоставлена с другой информацией, но происходит это с небольшим запозданием, под давлением конкуренции и в границах текущего действия.

4) Информация является товаром. Она продается и покупается, так как дорого стоит (и процесс этот интенсифицируется (растет корреспондентская сеть и увеличивается количество служб вещания). К тому же агентства, газеты и журналы (информационные) представляют собой продукты экономических предприятий, продаваемые на в высшей степени конкурентоспособном рынке [Дебре, 2010].

Оригинальность содержания и формы подразумевает, что текст сообщения должен нести то, чем еще не располагает аудитория:

- новые сведения;
- новое осмысление (авторитетом в каком-либо вопросе либо самим автором материала) уже известных фактов;
- новизна идей, концепций, подходов.

Однако здесь необходимо помнить о том, что сообщаемые новости должны быть связаны с теми, которые уже освоены аудиторией, опираться или опровергать их.

С этим требованием связано требование декодируемости. Под декодируемостью понимают доступность информации для аудитории, получающей ее. В этом случае стоит учитывать словарный запас получателей новостного сообщения, а также необходимо ориентироваться на эмоциональный опыт аудитории, для получения желаемого эмоционального отклика и отсутствия негативной реакции. Кроме того, следует учитывать имеющиеся знания аудитории - исторические, географические, политические и т.д., а также их логические способности. Желание быть правильно понятым не должно противоречить еще одной цели информационного агентства – развитию языковых, культурных и Таким образом, декодируемость можно понимать очень широко – не только как отказ от употребления неизвестных читателю

слов, но и как обеспечение адекватного и легкого восприятия информации: в композиции, логике, стилистике и т.д.

Также важна релевантность - ценность, значимость того или иного сообщения для аудитории.

Такие свойства взаимно дополняют друг друга. Отсутствие одного из них не позволяет тексту стать информацией.

В отношении деятельности информационных агентств – не все названные свойства информационных материалов равнозначны по степени важности и не все из них проявляются указанным образом. Действительно, если исходить из главного назначения сообщений агентств – предоставления оперативной и адекватной информации о новых событиях, то отсутствие оригинальности просто лишает информацию всякого смысла, тогда как отсутствие декодируемости лишь снижает возможность ее эффективного использования потребителем (последний может в крайнем случае обратиться к справочникам или специалистам, чтобы «расшифровать» заинтересовавшее его сообщение).

Исследователи разделяют новости, а также новостные сообщения на «жесткие» и «мягкие». Первые касаются важных и злободневных событий, их изложение предусматривает простую фиксацию, документальное отображение реальности, максимально объективированную «чистую информацию». Под «мягкими» новостями понимается информация, не требующая повышенной оперативности отклика, такие материалы не так определенно, как жесткие, связаны с требованиями точности и нейтральности авторской позиции. Сообщения, в которых «мягкая» новость является основной, не слишком характерны для рассматриваемых информационных агентств, специализирующихся на публикации «жестких», социально значимых материалов; «мягкие» чаще встречаются в периодической печати, нередко выполняя развлекательную функцию.

Информационные агентства по-разному относятся к отбору новостей, это видно из приведенной ниже таблицы: ИТАР-ТАСС отдает явное предпочтение «жестким», серьезным новостям, такие материалы в главной новостной ленте

составляют 97,7%, у Интерфакса «мягкие» новости составляют 4,8%. У РИА «Новости» – 8,1%, что несомненно много. Таким образом ИТАР-ТАСС можно назвать самым «серьезным», а РИА «Новости» можно назвать самым «развлекательным», из рассматриваемых информационных агентств.

Таблица 1 - Темы материалов информационных агентств [Лашук, 2004]

Темы и принцип отбора материалов	ИТАР-ТАСС		РИА «Новости»		Интерфакс	
	шт.	%	шт.	%	шт.	%
Внешнеполитические	219	46,2	172	36,8	162	33,5
Внутриполитические	95	20,0	54	11,6	118	24,4
Экономика	17	3,6	31	6,6	43	8,9
Наука	5	1,1	2	0,4	3	0,6
Культура и искусство	18	3,8	39	8,4	26	5,4
Спорт	22	4,6	25	5,4	9	1,9
Криминал	20	4,2	34	7,3	35	7,2
Происшествия (ЧП, аварии, их ликвидация)	78	16,5	ПО	23,6	87	18,0
«Жесткие»	463	97,7	429	91,9	460	95,2
«Мягкие»	11	2,3	38	8,1	23	4,8

В большинстве случаев выполняется и требование актуальности: разумеется, не все заметки в равной степени интересны читателям, однако почти про каждую можно сказать, что круг заинтересовавшихся ею лиц достаточно широк.

Из таблицы также видно, что внутриполитическим событиям больше всего внимания проявляют Интерфакс и ИТАР-ТАСС (24,4% и 20%, соответственно), а РИА Новости уделяют таким материалам меньше внимания (11,6%).

Одной из актуальных проблем при публикации материалов информационными агентствами является нарушение стилистической нормы и стилистического отклонения [Лашук, 2004].

Стилистическими ошибками называют нарушение законов употребления лексических единиц в речи или недочеты в построении синтаксических

конструкций. При выборе слова должно учитываться его значение и лексическая сочетаемость, так как не все слова «подходят» друг другу.

Бедность и однообразность в построении предложений и выборе конструкций приводит к следующим ошибкам:

- нарушение законов логики;
- нелогичный порядок слов.

Порядок слов в русском языке зависит от положения подлежащего и сказуемого в предложении и бывает прямым или обратным. Второстепенные члены и служебные слова согласовываются с теми словами, от которых они зависят по смыслу. Если этому правилу не следовать, нарушится порядок слов и предложение станет либо труднее для понимания, либо изменит смысл.

Требование точности, предъявляемое к материалам агентств, подразумевает логичность в подаче информации. Одна из основных задач редактора – проверить, нет ли в сообщении противоречий, нарушения причинно-следственных связей и других ошибок. Читая текст, редактор «подвергает сомнению» приведенные сведения, оценивает не только фактический материал, но и выводы, аргументацию, исходные данные, структуру.

Нужно отметить, что некоторые противоречия – открытые – могут быть легко скорректированы читателем и поэтому не представляют серьезной опасности; другие – скрытые, выявить которые достаточно сложно, группируются. Кроме этого, если грамматические или стилистические ошибки дислоцируются на сравнительно коротком участке текста (обычно в пределах одного предложения), что позволяет опытному редактору выявлять их автоматически в процессе чтения, то логическая ошибка может быть рассеяна по всему тексту [Лашук, 2004].

Различают текстовые противоречия: явные (открытые, очевидные) и имплицитные (неявные, требующие для своего выявления внимания и рассуждения); контактные (члены противоречий расположены рядом) и дистантные (члены противоречий разделены текстом). Таким образом, можно

выделить четыре типа текстовых противоречий: контактно-явные, дистантно-явные, контактно-имплицитные, дистантно-имплицитные. Наиболее сложными для выявления обычно оказываются противоречия последнего типа.

При редактировании материалов информационных агентств нередко есть ошибки, которые легко выявить, не мешают правильно понять суть информации. Напротив, те ошибки, которые существенно искажают смысл, требуют для своего обнаружения внимательного прочтения. К ним относится значительная часть логических ошибок.

Существуют разные взгляды на сущность логических ошибок. Одни исследователи рассматривают понятие «логическая ошибка» достаточно широко (и хотя признают условное деление на синтаксические и семантические группы ошибок, считают, что на практике провести четкую грань между ними очень сложно), подразумевая под этим понятием «ошибки смысла». Таким образом, понятия «логическая ошибка» и «смысловая ошибка» в их интерпретации эквивалентны. К ним предлагается относить случаи нечеткого словоупотребления, неправильного использования родовидовых отношений, неправомерные плеонастические конструкции и т.д. [Лашук, 2004].

Другие исследователи рассматривают смысловые ошибки как родовое понятие, а логические – как видовое. В их трактовке смысловые ошибки возникают в результате употребления суждений, допускающих различные толкования или вызывающих нежелательные ассоциации, и являются следствием логической или стилистической (лексической, морфологической или синтаксической) ошибки.

Обе эти точки зрения имеют право на существование: нарушение логики изложения может быть следствием и стилистической, и фактологической, и композиционной ошибок. С другой стороны, ошибки трех последних видов могут и не являться логическими. Поэтому будем рассматривать допущенные в материалах информационных агентств логические ошибки любой природы с учетом того, что в ряде случаев они одновременно являются композиционными, стилистическими или фактическими ошибками.

Под логической ошибкой понимается нарушение какого-либо из четырех законов формальной логики. Эти законы выделяются в качестве основных, так как выражают общие свойства мышления: определенность, непротиворечивость, последовательность и обоснованность. В тексте они чаще всего проявляются [Лащук, 2004]:

- в смещении плана изложения;
- в утверждении взаимоисключающих понятий;
- в сопоставлении (или противопоставлении) логически неоднородных понятий;
- в неверном установлении причинных связей.

Особая роль СМИ в формировании и сохранении литературного языка отмечалась неоднократно. Язык средств массовой информации, особенно центральных печатных органов, служит своеобразным эталоном нормированной речи. СМИ являются и важнейшей сферой утверждения новых языковых норм, причем как специфических, присущих только им (печатным и электронным), так и общих, распространяющих свое действие на тексты других типов и разные формы общения. В периодической печати «испытываются» новации разного рода, которые затем принимаются или отторгаются литературным языком [Шкондин, 2010].

То же самое, и даже в большей степени, относится к языку сообщений информационных агентств, поскольку они адресованы не только конечным потребителям, но и самим СМИ, особенно региональным.

Материалы информационных агентств, разнообразные по жанрам, тематике, размерам, назначению и другим параметрам, имеют отличия по языку и стилю изложения.

Их анализ показал, что в большинстве случаев строгого разграничения между стилями не существует, но можно отметить смешение стилистически разнородных элементов [Кириллова, 2005].

Часто приходится слышать, что информационная заметка не терпит субъективного изложения, что она проигрывает от попыток автора украсить ее

оригинальными литературными оборотами, словесными узорами». Принято считать, что для материалов этого жанра элементы газетно-публицистического стиля не характерны; они присущи аналитическим произведениям, таким как статья и фельетон, а из информационных – только репортажу. Однако изучение материалов агентств показало, что редакторы, как правило, благожелательно относятся к этим элементам, сохраняя их в сообщении.

В новостных заметках приметы газетно-публицистического стиля – это косвенные (а в некоторых случаях, особенно при использовании цитат, и прямые) оценки происходящего; это всевозможные средства повышения выразительности; это стандартные речевые блоки.

Среди языковых средств повышения выразительности, используемых в сообщениях информационных агентств, наиболее многочисленны сравнения и метафоры, с помощью которых автор может высказывать свое отношение к материалу.

В материалах встречаются выражения «двойные стандарты»; «горячая точка»; «зеленые» (применительно к партии); «замораживание» вкладов; «большая семерка»; «цены прыгают»; «сквозь пальцы» и т.д.

Такое излюбленное журналистами образное средство, как перифраз, в материалах агентств применяется относительно редко, так как его использование противоречит требованиям краткости и декодируемости. Информационные агентства употребляют только те из них, которые всем хорошо известны и, более того, превратились в клише.

В материалах информационных агентств элементы разговорно-обиходного стиля широко представлены только в «мягких» сообщениях, имеющих своей целью преимущественно развлечение читателя и написанных в свободной манере, хотя при этом они обычно содержат не только просторечные, но и «книжные» слова, а также элементы других стилей.

Цитаты, включенные в сообщение, обладают многими признаками разговорной речи. Их отличают неофициальная манера изложения и

импровизация (в приведенных цитатах она явно заметна из-за ошибок в заявлении, которых в подготовленной речи быть не могло).

Среди приемов разговорной речи, встречающихся в материалах всех рассматриваемых информационных агентств, следует назвать сложносокращенные слова. Это объясняется их широким применением в русском языке вообще и спецификой новостных материалов, требующей краткости и выразительности. Сложносокращенные слова можно найти в сообщениях на политическую, экономическую и другие темы: Генассамблея ООН; диппредставительство; Европарламент; Еврокомиссия; Евросоюз; госдолг; нелегал; гендиректор; горадминистрация; телерадиовещание; телерадиопередающий центр; нефтеэкспортеры; торгпредство; энергоресурсы; энергохолдинг; замминистра; физлицо, юрлицо; авианалет; плавсредства; замначальника генштаба; Росинформцентр; спецоперация и многие другие [Лашук, 2004].

Отказа от аббревиатур, сложносокращенных слов и других сокращений (если не считать случаев, когда они исключались вместе с содержащей их фразой) обнаружить не удалось, что подтверждает сознательное их использование в текстах информационных агентств. Редакторы иногда сами заменяют фразы и словосочетания первичных сообщений аббревиатурами и сокращениями: «налоговая гвардия Италии» – «налоговики Италии» (E203398); «европейская территория России» – «ЕТС» (E203394) и т.д.

Официально-деловой стиль речи в материалах информационных агентств проявляется как в цитатах, так и в общем тоне сообщений.

Если учесть требования краткости, декодируемости и беспристрастности, предъявляемые к информационным сообщениям, становится понятным, почему официально-деловая речь является для них наиболее типичной. Часто оказывается, что какая-то фраза допускает различные толкования, и ее истинный смысл можно выявить, обратившись к контексту. Когда речь идет о художественном тексте, такое – в порядке вещей, однако в новостных сообщениях многозначность нежелательна, а иногда и недопустима.

Языковые средства при использовании официально-делового стиля строго регламентированы. Предписывается использование слов и фраз, принятых в этом строе речи и закрепленных за ней в соответствии с синонимичными им словами и конструкциями других стилей. Многие из этих фраз представляют собой устойчивые обороты, клише.

Как правило, одному слову разговорной речи соответствует более длинное слово или словосочетание речи официальной (выше – превышать; предложил – высказал предложение; сейчас – в настоящее время; помочь – оказать помощь; о – относительно; знание – осведомленность и т.д.), поскольку за последними закреплено определенное устойчивое значение, нет необходимости в разъяснении. Таким образом, обиходно-деловой подстиль представляет собой удачный компромисс между двумя упомянутыми требованиями к новостным материалам – краткости и декодируемости [Лашук, 2004].

В публикациях всех рассматриваемых агентств встречается смешение элементов различных стилей – у ИТАР-ТАСС в наименьшей, у РИА «Новости» в наибольшей степени. В материалах РИА «Новости» присутствуют элементы разговорного и художественного стилей. Основными же для всех агентств являются публицистический и официально-деловой стили.

К ошибкам в сочетании слов относится употребление стилистически неоднородных слов, так называемый «стилевой разнობой»: высокое, архаическое, просторечное слово – в нейтральной речи; экспрессивно окрашенное – в неэкспрессивной речи, или не соответствующие контексту слова стилистической или экспрессивной окраски. Грубый «стилевой разнობой» следует исправлять при редактировании; тем не менее редакторы РИА «Новости» и ИТАР-ТАСС в редких случаях занимаются правкой стиля автора.

Стилистическая структура информационной заметки должна отвечать требованию сочетания максимальной точности и лаконичности изложения.

Поэтому при редактировании должны учитываться два основных направления работы над стилем.

Во-первых, редактор обязан упрощать синтаксическую структуру, освобождая текст от малосущественных, не несущих новой информации элементов. В частности, там, где это целесообразно, можно сокращать сложные предложения исключая «избыточные» компоненты при сохранении тех же семантических отношений в новом предложении.

Во-вторых, следует исправлять собственно стилистические ошибки.

Для выявления стилистических ошибок нужно обращать внимание на противоречия в тексте. Причинами смысловых ошибок могут стать: неправильное понимание словоформ; ошибочная смысловая связь слов (при этом сигналом является не сама ошибка, а возникающее при чтении последующих слов семантическое противоречие); смещенное логическое ударение; лишнее (дублирующее) слово; двоение образа – соединение несоединимых представлений либо неверное осмысление какого-либо элемента предложения.

Можно выделить две группы стилистических ошибок, наиболее характерных для материалов рассматриваемых информационных агентств. В них входят:

Ошибки, возникающие из-за неправильно выбранного корреспондентом слова. Например, без учета его семантики, лексически несочетаемое с предложением в целом и т.д.:

...На Балтике стартовали крупнейшие в этом году учения НАТО с участием 40 тыс. солдат из 13 стран альянса

При редактировании слово «стартовали», уместное в заметке на спортивную тему, заменено более подходящим «начались», а вместо слова «солдаты», которое хотя и является собирательным, ассоциируется, скорее всего, с рядовыми сухопутных войск, использовано более общее «военнослужащие».

В Японии сегодня разбился легкий тренировочный самолет, принадлежащий одной из авиашкол на северном острове Хоккайдо. По невыясненным пока причинам он упал при выполнении трюков высшего пилотажа над лесом в районе города Обихиро.

В этом сообщении при редактировании следовало заменить фразу «трюков высшего пилотажа» на «фигур высшего пилотажа», поскольку за словом «трюк» прочно закрепилось переносное значение «ловкая проделка».

К ошибкам, связанным с неправильным выбором слова, можно отнести также неоправданное употребление эвфемизмов и дисфемизмов, профессионализмов, экспрессивных и оценочных слов и т.д. (эти случаи рассматриваются в других разделах книги).

Ошибки, возникающие из-за неправильного построения фразы, она может быть неблагозвучной, безграмотной, стилистически инородной в предложении или тексте, вызывать нежелательные ассоциации и т.д.

Особое внимание следует обратить на цитаты: стилистических ошибок в них значительно больше, чем в авторской речи информационных сообщений. В приводимых цитатах встречаются неудачные выражения, неточные фразы, непонятные обороты, допущенные в разговорной речи. В этих случаях целесообразно использовать косвенное цитирование, тем более что агентства вряд ли имели намерение поставить в неловкое положение людей, высказывания которых были использованы в сообщении:

Полная цитата (прямая речь) может быть приведена только в том случае, если она литературно грамотна. Безграмотные и корявые цитаты в сообщениях не допускаются. Выдергивание фраз из цитаты – пусть даже при этом не искажается смысл – может, вольно или невольно, создавать определенное отношение к цитируемому, а тем самым – выражать определенную позицию (например, представляет говорящего вульгарным, безграмотным). Цитирование «образных выражений», которое так любят агентства (многочисленные примеры приводились), не всегда следует считать оправданным.

Результаты статистической обработки исправлений, сделанных редакторами РИА «Новости» и ИТАР-ТАСС, отражены в табл. 2 и 3. Они показывают, что значительную часть ошибок, которые были исправлены, и которые следовало исправить, составляют грамматические (в том числе обычные опечатки). Поскольку исправить их не составляло особого труда, значительный процент материалов с неисправленными ошибками свидетельствует о том, что редактированию подвергаются не все материалы; часть их идет на публикацию без проверки.

Однако необходимо отметить, что все изученные материалы агентства РИА «Новости», ИТАР-ТАСС и Интерфакса, не подвергнутые, на первый взгляд, редактированию, имеют внешние признаки «доброкачественного» новостного сообщения – в них есть «ключевые слова» (на «входе» этот компонент у материалов РИА «Новости» отсутствует в 58,3% случаев), хедлайн, как правило, похож именно на хедлайн, а не на газетный заголовок (что встречается на «входе»).

Анализ объектов редакторский исправлений (сравнение «входа» и «выхода») свидетельствует, что все «входящие» материалы, по крайней мере, просматриваются. Они позволяют также выделить приоритеты в редакторской деятельности – наделение сообщения подходящими «ключевыми словами», необходимое исправление хедлайна, затем – лида и уже потом – работа с корпусом, исправление ошибок и т.д. Можно сказать, при редактировании соблюдается принцип «перевернутой пирамиды».

Сообщения ИТАР-ТАСС приходят в виде, близком к стандартному: у них есть все необходимые элементы структуры, текст разбит на абзацы, ошибок сравнительно немного. У «входящих» сообщений РИА «Новости», напротив, часто отсутствуют не только ключевые слова, но и хедлайн; не всегда текст разбит на абзацы. Причина этого в том, что у агентства ИТАР-ТАСС выработаны более четкие требования к присылаемым новостным сообщениям, обязательные для каждого корреспондента.

Редакторы ИТАР-ТАСС работают более активно: практически каждое редактирование включает изменение хедлайна (из 37 отредактированных материалов у 36 изменен хедлайн); основное внимание, таким образом, уделяется наиболее важной информации); неисправленных ошибок после работы редакторов остается совсем немного.

1.2 Ведущие российские информационные агентства: опыт деятельности, успешные стратегии развития

Рейтинг телевизионных каналов и радиостанций, тиражи печатных СМИ, посещаемость сайтов онлайн СМИ – такие понятия давно и прочно вошли в нашу жизнь. При этом до сегодняшнего дня все попытки по составлению рейтингов информационных агентств - ключевых участников медиа-рынка, носили в значительной степени субъективный характер.

Одной из крупнейших международных компаний, специализирующаяся на маркетинговых исследованиях является GfKGroup. В нашей стране GfK-Rus была первой компанией, которая предприняла попытку провести узкопрофильное исследование рынка услуг информагентств с целью изучения четких критериев оценки их деятельности и определения степени лояльности их клиентов [Востриков, 2005].

Первое такое исследование проводилось в 2005 году, тогда был проведен опрос, участниками которого стали 100 представителей ведущих российских и зарубежных СМИ, все они работают с лентами новостей нескольких информационных агентств. В выборку вошли российские и иностранные средства массовой информации, 63% и 37% соответственно. Доля представителей печатных СМИ в этом списке составила 61%, радиостанций – 20% и 19% телеканалов. Полученные результаты показали, что «Интерфакс» лидирует среди российских информационных агентств. Материалы «Интерфакса» используют в своей работе 93% респондентов. Около 60%

опрошенных сообщили, что услугами этого агентства опрошенные пользуются больше всего.

Также достаточно внушительное количество опрошенных СМИ пользуются услугами таких государственных агентств, как РИА «Новости» (70%) и ИТАР-ТАСС (64%). В качестве основных агентств и ИТАР-ТАСС, и РИА «Новости» упоминались в 10% случаев. Что касается других агентств, то их процентные соотношения в значительной мере уступают вышеперечисленным. Таким образом, три российских агентства – «Интерфакс», РИА «Новости» и ИТАР-ТАСС, по мнению респондентов, освещают все важные события.

Главными характеристиками при оценке работ респонденты назвали достоверность и точность данных информационных агентств, 98% и 93% соответственно. Также в числе наиболее важных – оперативность 92% и полнота предоставления информации 90%. Кроме того, еще двумя важнейшими критериями, согласно полученным результатам оказались, предоставление эксклюзивной информации 70% и 43% - подача информационных материалов и стиль изложения [Востриков, 2005].

Далее дадим общую характеристику каждому из этих трех ведущих информационных агентств.

МИА «Россия сегодня» / РИА «Новости»

Официальный сайт - <http://ria.ru>.

История Международного информационного агентства «Россия сегодня» началась с июля 1941 года, т.е. с образования Советского информационное бюро (Совинформбюро) при СНК СССР и ЦК ВКП(б) на основе постановления СНК СССР и ЦК ВКП(б) «О создании и задачах Советского информационного бюро». Его целью было руководство работой по освещению в периодической печати и по радио международных, военных событий и событий внутренней жизни страны [История Международного информационного агентства «Россия сегодня»].

С апреля 2004 года, Федеральное государственное унитарное предприятие Российское информационное агентство «Вести» переименовано в Федеральное государственное унитарное предприятие Российское агентство международной информации «РИА Новости». Затем агентство развилось в целую группу медиакомпаний, объединив самостоятельные и при этом тесно взаимодействующие друг с другом мультимедийные СМИ. Этот медиахолдинг состоял из: мультимедийного Российского агентства международной информации, агентства экономической информации ПРАЙМ, Российского агентства правовой и судебной информации (РАПСИ), агентства спортивных новостей Р-Спорт, универсального рейтингового агентства «РИА Рейтинг», агентства социальных исследований «Социальный навигатор», российского информационного агентства науки и технологий «РИА Наука», издательского дома «Московские новости», выпускавшего газеты на русском, английском и арабском языках, сети мультимедийных пресс-центров в России и за рубежом, а также более 40 информационных интернетресурсов на 22 языках.

Группа РИА работала в 7 форматах: это фото, видео, аудио, текст, инфографика, инфоэкран, 3D-изображения, выпускала новостной контент на 7 платформах (сайтах, газетах, инфоэкранах, мобильном ТВ, социальных сетях, приложениях для планшетных и мобильных устройств, работающих на базе 7 операционных систем).

Для различных платформ и в разных форматах группа производила около пяти тысяч единиц новостного контента, в том числе около двух тысяч текстовых сообщений в сутки.

Ядром Группы РИА выступало информационное агентство РИА Новости. РИА Новости получило от Международного Олимпийского комитета статус национального хост-агентства и национального фотопула XXII зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи.

9 декабря 2013 года президент России Владимир Путин подписал «Указ о мерах по повышению эффективности деятельности государственных СМИ» [История Международного информационного агентства «Россия

сегодня»]. Согласно документу, «РИА Новости» было ликвидировано, права учредителя и имущественные права были переданы Международному информационному агентству «Россия сегодня». МИА «Россия сегодня» по президентскому указу должно освещать государственную политику страны и общественности для российской и зарубежной аудитории.

На сегодняшний день, агентство объединяет радиовещание, новостные ленты, информационные порталы, мультимедийные международные пресс-центры, производство и распространение фотоматериалов и инфографики, информационные площадки в социальных сетях и производство контента для мобильных приложений. В составе агентства остались ресурсы РИА Новости, Прайм, Р-Спорт, РИА Недвижимость, РИА Рейтинг, ИноСми.

Данное агентство является лидером среди остальных российских средств массовой информации по цитируемости, помимо этого агентство наращивает цитируемость за пределами страны. Что касается цитируемости, то здесь также необходимо сказать о лидирующих позициях в соцсетях и блогосфере России.

Информационное агентство продолжает свое развитие и в 2014 году объявляет о старте нового бренда Sputnik (мультимедийной группы). Новостное агентство и радио с мультимедийными информационными хабами в десятках стран Sputnik (sputniknews.com) включает в себя сайты, аналоговое и цифровое радиовещание, мобильные приложения и страницы в социальных сетях. Линейка информационных ресурсов Sputnik работает на более чем 30 языках [История Международного информационного агентства «Россия сегодня»].

Данная медиагруппа - крупнейший российский производитель информационных продуктов, которые ориентированы на международную аудиторию, деловое сообщество, государственные структуры и самый широкий круг пользователей.

Информационное агентство России «ТАСС» (ТАСС)

Официальный сайт - <http://tass.ru>.

Данное информационное агентство работает на рынке более 110 лет и является легендой отечественной новостной журналистики. Свое имя агентство

получило в июле 1925 года, тогда постановлением Президиума Центрального исполнительного комитета и Советом народных комиссаров было учреждено Телеграфное агентство Союза Советских Социалистических Республик (ТАСС), которое приняло на себя основные функции Российского телеграфного агентства как центрального информационного органа страны. После распада СССР название агентства звучало как «Информационное телеграфное агентство России». При этом аббревиатура ТАСС была сохранена как всемирно признанная и авторитетная марка и как дань уважения к истории одного из столпов информационного рынка.

В 2013 году Президент РФ Владимир Путин подписал указ о праздновании в 2014 году 110-летия российского информационного агентства ИТАР-ТАСС. Учитывая важную роль Агентства в развитии отечественных средств массовой информации и в международном информационном обмене, глава государства распорядился провести в 2014 году мероприятия, посвященные этой дате.

Осенью 2014 года агентство уже начало реализовывать новую политику, которая направлена на создание мощного бренда государственного агентства – Информационного агентства России «ТАСС».

Информационные продукты ТАСС получают более 5 тысяч корпоративных подписчиков в России и за рубежом, в том числе более 1000 СМИ, 200 диппредставительств, более 250 финансовых компаний и банков, более 2000 промышленных предприятий, научных и учебных заведений, библиотек [История Российского информационного агентства ТАСС].

Информация агентства передается Федеральным и региональным властям. А именно, в Администрацию Президента, Правительство, Федеральное Собрание, Совет Безопасности, администрации и правительства субъектов РФ, федеральные и региональные министерства и ведомства.

На сегодняшний день, в ТАСС сохранилась уникальная методика подготовки кадров, таким образом, агентству удается совмещать лучшие

традиции отечественной журналистики и последние достижения зарубежных коллег.

Корреспондентская сеть агентства не имеет аналогов среди российских информационных агентств. У ТАСС есть 68 зарубежных представительств в 63 странах мира и 70 региональных центров и корпунктов в России, такая сеть дает возможность оперативно получать информацию из любой точки мира. Корреспонденты работают в режиме онлайн, создавая объективную и целостную картину событий, происходящих в стране и за ее пределами.

Информационно-справочный фонд ТАСС позволяет сопроводить любую новость актуальными историческими фактами в течение нескольких секунд, он содержит более семи миллионов документов.

На сегодняшний день сотрудники агентства выпускают информационные продукты на шести языках: русском, английском, французском, немецком, испанском и арабском. ТАСС сообщает о политической, экономической, общественной, культурной и спортивной жизни страны и мира. Ежесуточный объем информации равен 300 полноформатным газетным полосам.

Сайт агентства работает круглосуточно, передавая оперативную информацию, и является одним из наиболее высокотехнологичных в своём сегменте. В течение дня на сайте публикуются сотни новостей, а также десятки фото- и видеоматериалов и инфографика.

Фотохроника ТАСС – старейшее в России и странах СНГ агентство, специализирующееся на выпуске фотонОВОСТЕЙ. Фотоархив, крупнейший в стране, содержит несколько миллионов фотографий и негативов. Ежегодно он пополняется сотнями тысяч цифровых фото.

«ТАСС-Аудио» – новый проект агентства, который охватывает основные новостные темы, представленные в аудиоформате. Основной потребитель «ТАСС-Аудио» – редакции радиостанций.

Исследовательский центр ТАСС работает с апреля 2014 года. Основная задача центра – изучение и анализ происходящих в стране и мире экономических, общественных и социально значимых процессов.

ТАСС поддерживает партнерские отношения с более чем 60 информационными агентствами мира. ТАСС возглавляет Российский национальный комитет Международной программы развития коммуникаций ЮНЕСКО, входит в состав Межправительственного комитета ЮНЕСКО по вопросам информации и коммуникациям (IPDC), комиссии РФ по делам ЮНЕСКО [История Российского информационного агентства ТАСС].

ТАСС является активным и авторитетным членом мировых и региональных медийных организаций:

- Всемирный Медиа Саммит (WMS);
- Всемирный конгресс информационных агентств (NAWC);
- Европейский альянс информационных агентств (EANA);
- Организация информационных агентств стран Азии и Тихого океана (OANA);
- Причерноморская ассоциация национальных информационных агентств (BSANNA);
- Совет руководителей государственных информационных агентств СНГ (Информсовет СНГ) и Ассоциация национальных информационных агентств государств-участников СНГ (АНИА).

Международный мультимедийный пресс-центр ТАСС – современная коммуникационная площадка в самом центре Москвы. Ежегодно в пресс-центре проводится порядка 300 мероприятий с участием руководителей России, глав иностранных государств, лидеров ведущих политических партий, деятелей культуры, науки и спорта, а также представителей крупнейших российских и зарубежных компаний.

Современное оборудование, установленное в пресс-центре информагентства позволяет проводить видеотрансляции, телемосты с российскими и зарубежными городами.

ТАСС выступает информационным партнёром важнейших конференций, форумов, выставок в России и за рубежом.

Международная информационная группа «Интерфакс»

Официальный сайт - <http://www.interfax.ru>.

История «Интерфакса» начинается с 1989 года, когда журналистами было создано информационное агентство, впоследствии ставшее первым негосударственным каналом оперативной политической и экономической информации о стране. «Интерфакс» за все время своей деятельности прошел путь от первого в Советском Союзе независимого агентства новостей, установившего принципиально новые стандарты информационной журналистики, до крупнейшей на территории СНГ диверсифицированной информационной группы [История Международной информационной группы «Интерфакс»].

Приоритетами данного информационного агентства являются независимость, объективность, точность, полнота и оперативность. Компетенции заключаются в глубоком знании источников информации, уникальном опыте в методологии сбора, обработки и доставки информации.

На сегодняшний день сотрудники «Интерфакса» готовят для своей аудитории политические и экономические новости, фундаментальные и биржевые данные, решения для управления рисками, маркетинга, InvestorRelations и PR.

Важными этапами развития «Интерфакса» стали: разрушение монополии государственных агентств в 80-е годы, этого удалось добиться при помощи нового для того времени средства передачи информации – факса. В следующее десятилетие агентство первым онлайн-сервисы для финансового рынка и ТЭК (топливно-энергетического комплекса), а также было создано национальное рейтинговое агентство. В 2000-е годы «Интерфакс» стал пионером в создании современных систем по управлению рисками.

Качественная информация, а также высокотехнологичные информационно-аналитические продукты на сегодняшний день ложатся в основу бизнеса «Интерфакса». Продукты, создаваемые агентством являются сплавом качественного контента и современных IT-решений. «Интерфакс» разрабатывает платформы, необходимые для доставки информации, а также

создает поисковые базы данных, инструменты для анализа и представления информации, интеграционные решения.

Сегодня «Интерфакс» работает почти в двадцати странах, сотрудникам агентства удастся давать полную и достоверную картину событий. Национальные агентства, созданные под брендом «Интерфакса» в Украине, Казахстане, Белоруссии, Азербайджане и всех федеральных округах России, лидируют на своих рынках, объединяя глобальный подход и уникальные локальные знания.

Кроме того, «Интерфакс» выпускает более 100 изданий, ежедневно публикует свыше 4000 новостей на различных языках.

Агентство на сегодняшний день также создает специализированные сервисы для базовых сегментов экономики - финансового рынка, ТЭК, металлургии. Клиентами агентства являются ведущие компании этих отраслей, большинство российских банков, свыше 20 тысяч российских эмитентов, раскрывающих с помощью агентства информацию для инвесторов, более ста тысяч частных инвесторов, принимающих свои решения на основе информации, создаваемой «Интерфаксом».

Сервисы «Интерфакса» создают новое качество информации, объединяя эксклюзивные новости, официальные данные, публикации тысяч СМИ, уникальные IT-решения, глубокое понимание потребностей клиентов.

«Интерфакс» стал первопроходцем в привлечении международного опыта для развития новых сегментов информационного рынка, имеющих важное значение для экономики России.

Подведем итоги главы.

Информационные агентства – специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ.

На сегодняшний день, исходя из анализа практики российских СМИ, можно уверенно констатировать – искаженная информация является наиболее распространенной среди всех видов негативной информации.

Большинство ошибок, вызванных неточностью фактического материала, выявляется именно таким образом – благодаря использованию справочной литературы, информации из недавно пришедших сообщений по данной теме [Лашук, 2004].

На практике достоверность источника определяется уровнем поступающей от него (из него) информации. Чем выше процент подтвержденной информации (сбывшихся прогнозов, подтвержденных сообщений и т.п.), тем достовернее источник, тем выше его репутация.

Немаловажным критерием достоверности является ангажированность источника информации.

Аудитория информационных агентств более узкоспециализированная, в основном, это работники СМИ, чиновники и бизнес-управленцы. Аудитория же социальных сетей значительно шире – это рядовые экономисты, инженеры, студенты и другие.

Современная медиаповестка формируется в условиях конвергенции средств массовой информации, что придает ей однообразность. Производство и тиражирование одного контента на разных медиаплатформах облегчает процесс установления информационной повестки дня.

Оригинальность содержания и формы подразумевает, что текст сообщения должен нести то, чем еще не располагает аудитория.

Очень актуальной проблемой при публикации информации информационными агентствами является нарушение стилистической нормы и стилистического отклонения.

Для выявления стилистических ошибок нужно обращать внимание на противоречия в тексте.

Согласно результатам исследования, обнародованным GfK-Rus, лидером среди информагентств, работающих на территории России, по уровню востребованности информации стало агентство «Интерфакс». Исследование также показало, что и услугами таких маститых государственных агентств,

как РИА «Новости» и ИТАР-ТАСС, пользуется достаточно внушительное количество опрошенных.

2 Ресурсы и перспективы развития «Независимого информационного агентства»

В данной главе рассматриваются информационные агентства города Красноярска, дается их описание, проводится анализ деятельности «Независимого информационного агентства» и разработка стратегии его развития.

2.1 Обзор красноярского рынка информационных агентств

Красноярск — город-миллионник, плотно насыщенный информационными потоками, проводниками которых служат, в том числе, и средства массовой информации. Согласно данным сайта 2gis.ru, сегодня в Красноярске издаётся 56 газет, 59 журналов, авторские и новостные программы транслируют 5 региональных телекомпаний, публикуют свои сообщения местные информационные агентства. Самые популярные среди них:

NewsLab.ru

Sibnovosti.ru, Сибирское агентство новостей

1-LINE, информационное агентство

Енисей, информационно-аналитическое агентство

Интерфакс-Сибирь, ЗАО

Айньюс, ООО

Независимое Информационное Агентство

Несмотря на то, что Красноярск – один из самых крупных мегаполисов страны, повестка дня перечисленных информационных агентств очень схожа. Новости политики, экономики, социума, культуры и спорта трудно «изобретать», словно велосипед: они либо есть, либо нет. Часто у местных

журналистов ежедневных периодических изданий и телеканалов, выдающих в эфир утренние и вечерние новости, возникает серьёзная проблема с поиском достойных информационных поводов.

Таков закон информационных потоков: размер населённого пункта прямо пропорционален масштабности инфоповодов, на основе которых создаются публикации и сюжеты в региональных и локальных СМИ. В этом смысле наш город хоть и обрёл статус миллионника, количество интересных/ общественно значимых событий на душу населения существенно меньше, чем в Москве или Санкт-Петербурге.

Ещё один закон регионального информационного рынка: не только печатные и электронные СМИ заимствуют инфоповоды у информационных агентств, но и информационные агентства могут публиковать сообщения «по следам» выступлений в СМИ. Кроме того, определённая часть этих сообщений – реклама партнёров.

Самым ярким по содержанию информационным агентством в Красноярске является Newslab, которое работает с 2001 года.

Краткая характеристика:

1. По тематике распространяемой информации данное агентство относится к типу универсальных;
2. По характеру собственности – частное;
3. По ареалу распространения информации – региональное. Сообщения «Ньюслаба» представляют интерес для жителей Красноярска и Красноярского края.

Благодаря интересным рубрикам и широкому информационному диапазону, Newslab охватывает большой сегмент аудитории. Среди подписчиков/ читателей ИА есть и подростки, и пенсионеры, и бизнесмены, и домохозяйки, и физики, и лирики. Секрет Ньюслаба в том, что его творческая команда смогла выйти за рамки формата классического информационного портала и приблизиться к формату, который совмещает в себе гламурный журнал, креативный дайджест и главную городскую газету, из которой жители

узнают свежие новости за чашечкой утреннего кофе. Более того, Ньюслабу удалось создать на своих электронных страницах стиль и особую атмосферу, к которой тянется читатель.

В отличие от большинства региональных телеканалов, местных газет и информационных агентств, коллектив Ньюслаба не делает ставку на политические события и редко выносит их в качестве главной новости на повестку дня. Обычно, это место занимает сообщение, которое спровоцирует волну комментариев, то есть затронет интересы максимально широкого круга людей, среди которых могут быть те, кто не интересуется политикой и ничего не понимает в биржевых индексах, зато готов принимать бурное участие в общественной жизни родного города. К примеру, журналисты Ньюслаба могут вынести в качестве главной новости тот факт, что Красноярск стал лидером Сибирского федерального округа по количеству браков и разводов. Или то, что майский снег продлится в городе до выходных.

Ньюслабом разработаны оригинальные рубрики, которые имеют своих преданных поклонников. Например, «Фоторепортаж», где публикуются довольно талантливые и яркие фотоснимки. Или «Поухавшие» / «Понаехавшие». Первая рубрика рассказывает о красноярцах, покинувших родной город и осевших за границей. Вторая, по аналогии, об иностранцах, которым понравился Красноярск, и они остались в нём жить. Истории преподносятся в жанре интервью и изобилуют очень интересными наблюдениями и замечаниями героев.

Ещё одно достоинство Ньюслаба – яркие заголовочные комплексы, которые вызывают интерес, провоцируют читателя открыть и прочесть материал:

«Итоги недели в Красноярске: Весна сорвала крышу. Спасаем котят, мечтаем о кроликах».

«Садоводы-губители: Кто положит конец разбазариванию земли под Красноярском?».

«Ласковый май: прогноз погоды в Красноярске на месяц».

«Стригите это немедленно: Барберы Красноярска сошлись в поединке».

Форум, на котором читатели могут полемизировать, обсуждая текущие события, - тоже немаловажный плюс для любого современного сайта.

Внимание читателей привлекает также актуальная афиша: кино, театральные премьеры, музыкальные концерты – это тоже работает на увеличение аудитории информационного портала.

Таким образом, мы можем выделить характерные черты агентства Ньюслаб:

1. Вынос в качестве главной новости на повестку дня общественно значимого события, которое вызовет волну комментариев;
2. Оригинальные рубрики («Поухавшие», «Понаехавшие», «Фоторепортаж»);
3. Яркие заголовки;
4. Активный форум;
5. Подробная афиша.

По данным компании «Медиалогия», составляющей рейтинг СМИ, основой которого является индекс цитируемости, в третьем квартале 2015 года в рейтинге медиаресурсов Красноярского края Newslab занимает 3 место из 20, представленных в исследовании. Индекс цитируемости Ньюслаба равен 16,49[Информационно-аналитическая система «Медиалогия»].

Рассмотрим следующее информационное агентство - Сибирское агентство новостей, sibnovosti.ru, которое начало свою деятельность с 2002 года.

Краткая характеристика:

1. По тематике распространяемой информации данное агентство относится к типу универсальных;
 2. По характеру собственности – частное;
 3. По ареалу распространения информации – межрегиональное.
- Сообщения САН представляют интерес для жителей крупных городов Сибири: Красноярска, Абакана, Барнаула, Иркутска, Кемерово, Новосибирска, Омска,

Томска, Кызыла, Читы. Есть отдельная рубрика «Россия», где можно ознакомиться с важнейшими новостями федерального уровня.

Информация подаётся в уравновешенном стиле (не сухая бизнес-подборка, но и не креативный дайджест). Такой стиль подачи привлекает широкий круг читателей.

Местная редакция Сибновостей ведёт рубрику «Главные события Красноярска», где публикуются сообщения, вызвавшие максимальный общественный резонанс. Например, в подборке от 29 марта в качестве главных вынесены три новости:

«Просрочка по ипотеке в Красноярском крае растёт рекордными темпами»

«Густой туман не осложнил работу аэропорта»

«На острове отдыха построят парк «Тридевятое царство»

А вот как выглядит топ-3 новостей от 3 мая:

«Под Красноярском нашли тело утонувшего в Каче ребёнка»

«Опубликованы декларации о доходах депутатов Заксобрания края»

«Назначен главный тренер красноярской хоккейной команды «Сокол»

К этим трём новостям прикреплена новость-курьёз «Американские рыбаки выловили в реку упаковку пива, произведённого в середине прошлого века». В качестве фоторепортажа недели опубликован фотоотчёт с конкурса красоты «Мисс Красноярск».

Оригинальная находка сайта – рубрика «Обзор», здесь публикуются советы экспертов по самому широкому кругу вопросов: от списка продуктов, которые разрешается употреблять во время Великого поста до способов снижения расходов на расчётно-кассовое обслуживание.

САН имеет аккаунт и в мессенджере «Telegram» и в социальной сети «Одноклассники». Таким образом, сегмент продвинутых пользователей разного возраста может получать свежие новости на свой смартфон в режиме реального времени. Аудитория 40+ предпочтёт одноклассники, а молодёжь – телеграм.

Определённый сегмент аудитории САН постоянно читает блоги, которые содержат краткие ёмкие послания. Причём, как бытового, так и экзистенциального (добавить примеры) характера. Например:

- «Поводы жить»;
- «Когда менять зимнюю резину: памятка»;
- «Рекомендации шеф-повара: где в Красноярске купить мясо».

К характерным чертам САН можно отнести:

1. Стиль подачи информации, импонирующий большинству подписчиков;
2. Оригинальная рубрика «Обзор» с советами различной тематики;
3. Наличие аккаунтов в «Одноклассниках» и «Телеграмм», что привлекает дополнительную аудиторию;
4. Блоги с короткими ёмкими сообщениями, которые не отнимают много времени на прочтение.

По данным «Медиалогии», САН занимает 1 место в рейтинге медиаресурсов Красноярского края. Индекс цитируемости агентства равен 77,33 [Информационно-аналитическая система «Медиалогия»].

Еще одним информационным агентством, рассматриваемым в диссертации, является 1-LINE, www.1line.info.

Агентство уже более 10 лет (с 2010 года под ТМ «1-Line») производит информационный продукт, ориентированный на представителей органов власти, делового сообщества и широкого круга общественности.

Краткая характеристика:

1. По тематике распространяемой информации данное агентство относится к типу универсальных
 2. По характеру собственности – частное
 3. По ареалу распространения информации – межрегиональное.
- Сообщения представляют интерес для жителей Красноярска, Красноярского края и соседних регионов: Новосибирская область, Омская область, республики Алтай, Бурятия, Хакасия, Алтайский край, Тува, Забайкальский край, Иркутская область, Кузбасс.

Стильный и в то же время сдержанный дизайн сайта. Аудитория – относительно молодые и активные деловые люди. Есть афиша, раздел комментариев, стандартные блоки «бизнес-экономика-общество-культура-спорт». Из особенностей, привлекающих внимание читателей – авторские колонки и блоги. Повестка дня строится в основном с упором на экономику.

Пример повестки дня от 29 марта:

«Труд молодых специалистов в Красноярске оценивают в 22 тысячи рублей»

«Красноярцы завоевали больше половины золотых медалей в полуфинале национального чемпионата «Молодые профессионалы»

«В Красноярске сгорел мебельный цех. Площадь пожара составила 1000 квадратных метров».

Оригинальная рубрика «Цифра дня». Например, 3 марта: «Концерт группы «Ленинград» в Красноярске обойдётся организаторам в 8 миллионов рублей».

Оригинальная интерактивная рубрика «Спроси про ЖКХ», которая поможет красноярцам ориентироваться в лавине нововведений, касающихся жилищно-коммунального хозяйства.

В рубрике «Фоторепортаж» публикуются снимки фотографов, обладающих интересом к происходящим событиям. Пример – серия снимков с ежегодного фестиваля «Горнолужник», закрытия сезона в фан-парке «Бобровый лог».

В дополнение к фотоматериалам агентство публикует видеосюжеты. Например, ночной репортаж с «музейной ночи».

Темы авторских колонок и блогов ориентированы на разнообразную аудиторию, авторов тоже много – это плюс.

Ещё одна особенность ИА – раздел «Спецпроекты», к которым относятся «Нефть и газ Сибири», «КЭФ», «Универсиада», «Экспертиза» - то есть темы так или иначе затрагивающие интересы каждого жителя города и края.

Таким образом, мы выделяем пять характерных черт данного ИА:

1. Ставка на новости экономики;
2. Оригинальные рубрики «Цифра дня» и «Спроси про ЖКХ»;
3. Не только фотографии, но и видеосюжеты с места значимых событий;
4. Авторские колонки и блоги по различным тематикам, рекордное количество авторов;
5. Спецпроекты.

По данным «Медиалогии», 1- LINE занимает 6 место из 20 в рейтинге медиаресурсов Красноярского края. Индекс цитируемости агентства равен 11,37 [Информационно-аналитическая система «Медиалогия»].

Следующее рассматриваемое информационное агентство - Енисей news.krasnoyarsk.ru, которое работает с 2006 года.

Краткая характеристика:

1. По тематике распространяемой информации данное агентство относится к типу универсальных
2. По характеру собственности – частное
3. По ареалу распространения информации – региональное. Сообщения агентства представляют интерес только для жителей Красноярска.

У данного агентства самый простой дизайн сайта. Новости располагаются в линейной последовательности начиная от самых свежих. Простой фильтр поиска: архив, политика, экономика, общество. В этом есть своя прелесть путешествия во времени назад лет на 15.

Единственное локальное ИА в городе, у которого есть слоган: «Новости. Время красноярское».

Простой дизайн позволяет включить в целевую аудиторию, которым проще ориентироваться в стандартной архивной хронологии, чем кликать на множество ярких окон в попытках найти нужную информацию.

Таким образом, мы можем выделить характерные черты агентства:

1. Простой и понятный дизайн сайта;
2. Возможность получения доступа к архиву публикаций;
3. Наличие собственного слогана.

В рейтинге СМИ компании «Медиалогия» ИА «Енисей» не учтен [Информационно-аналитическая система «Медиалогия»].

Интерфакс-Сибирь www.interfax.ru и Айньюс www.lifenews.ru являются региональными представительствами федеральных информационных агентств, поэтому их сравнение с исследуемым в данной работе объектом некорректно.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что красноярские информационные агентства имеют ряд общих черт: все рассматриваемые ИА появляются примерно в одно и то же время 2001-2006 годы. По тематике распространяемой информации агентства относятся к типу универсальных; по характеру собственности – частные; по ареалу распространения региональные и межрегиональные. Для сравнения, стоит отметить, что предмет нашего исследования Независимое информационное агентство здесь имеет некоторые преимущества, к примеру, опыт агентства выше почти в два раза, НИА начинает свою деятельность в 1994 году. В остальном, деятельность НИА схожа с представленными ИА.

Помимо этого, можно выделить различия в деятельности агентств: в погоне за собственным фирменным стилем местные информационные агентства разрабатывают оригинальные рубрики (Ньюслаб - «Поуехавшие», «Понаехавшие»; САН – «Обзор»; 1-Line - «Цифра дня», «Спроси у ЖКХ»), создают авторские колонки, придумывают яркие заголовки, словотворчество которых иногда на грани приличия (пример Newsrab: «Выше ваши пипидастры! В Красноярске выбрали лучших черлидеров»)

В данном случае можно отметить, что рассматриваемые ИА выходят за рамки жанра информационного агентства. Что касается нашего предмета исследования, то НИА в своих публикациях не гонится за сомнительной креативностью для привлечения большего внимания, а сохраняет чистоту русского языка. Форма подачи новостей отвечает всем канонам жанра ленты информационного агентства.

2.2 Анализ деятельности «НИА-Красноярск»

Независимое информационное агентство www.24rus.ru является предметом нашего исследования.

НИА было организовано одним из первых в Сибири, 1994 году на базе информационно-аналитического центра. Агентство работает на рынке масс-медиа более 20 лет.

По тематике распространяемой информации данное агентство относится к типу универсальных

По характеру собственности – частное

По ареалу распространения информации – национальное. Сообщения НИА представляют интерес для жителей Красноярска, Красноярского края, соседних и дальних регионов. Региональные редакции обозначены названиями крупных городов или целых субъектов Федерации: Кубань, Кавказ, Ярославль, Тверь, Калининград, Новосибирск, Крым, Томск, Кемерово, Красноярск, Санкт-Петербург, Владивосток, Хакасия, Мурманск, Иркутск, Бурятия, Забайкалье, Саха, Севастополь.

НИА-Красноярск черпает информацию следующими методами:

- присутствие на городских и краевых событиях;
- разговоры с людьми, комментарии;
- интервью;
- фиксация тем – то есть поиск в интернете, что пишут другие СМИ (в том числе и федеральные) о темах, интересующих НИА. Если такие есть, то агентство определяет для себя ньюсмейкеров, которые могли бы дать комментарий по данной теме (подтвердить/опровергнуть/выразить свое мнение);
- релизы/информация от пресс-служб разных организаций, начиная от администрации края до самой маленькой компании, у которой, к примеру, что-то случилось важное;
- посещение больших мероприятий (форумы, конференции);

- рерайт по заказу.

Кадровая политика агентства.

Сотрудников агентство берет со студенческой скамьи. Важным требованием к будущему сотруднику является наличие высшего образования для грамотной формулировки вопросов, вежливого общения со спикерами.

Кадровая политика нацелена на то, чтобы сотруднику было интересно работать, он видел в этом свою профессию, свою специализацию, свою жизнь на обозримый период времени.

На сегодняшний день, в НИА-Красноярск работают 6 корреспондентов в том числе и главный редактор. У всех есть высшее образование. У 4 из 6 профессиональное журналистское образование, 1 – педагогическое, 1 – экономическое. Возраст корреспондентов от 23 до 35 лет. Текучки кадров нет.

Агентство живет за счет рекламы (баннерная, текстовая), а также за счет договорных отношений (от администрации края до небольших компаний).

Основные экономические показатели деятельности НИА-Красноярск представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Экономические показатели деятельности НИА-Красноярск за 2014-2015 гг., тыс. руб.

Показатели	2014 год	2015 год	Изменение
Баланс	938	1 172	234
Денежные средства	834	1 042	208
Финансовые оборотные активы	104	130	26
Капитал и резервы	732	915	183
Кредиторская задолженность	206	257	51
Выручка	11742	14 677	2 935
Расходы по обычной деятельности	10740	13 425	2 685
Налоги на прибыль	592	740	148
Чистая прибыль	410	512	102

Как видно из таблицы 2, показатели деятельности предприятия в динамике увеличиваются, что является благоприятным фактором. Актив

предприятия в большей степени состоит из денежных средств, пассив баланса из капитала и резервов. Чистая прибыль в 2015 году увеличилась, это произошло вследствие большего увеличения расходов по обычной деятельности, чем выручки.

Информационные проекты НИА делятся на 5 категорий:

- Политические;
- Экономические;
- Спортивные;
- Праздники;
- Другие (Виртуальная экскурсия по Красноярскому краю, Планета счастливого детства).

Однако некоторые из них датируются аж 2007 годом, и с тех пор не обновлялись. Это серьёзный минус. Таким же «недугом» страдает и рубрика «Комментарии»: 3 мая на сайте «висят» комментарии экспертов датированные 29 февраля и старше. Обновления рубрики не происходит. Это серьёзная проблема, поскольку оперативность – второе имя информационных агентств.

Поисковая система сайта НИА устроена весьма логично. Поиск можно производить по ключевому слову, применяя фильтры «релевантность/дата» и календарный интервал.

Оформить подписку можно буквально в два клика, указав ФИО и электронный адрес.

Условия размещения рекламы оформлены в виде таблиц, очень удобных для рекламодателя. Здесь объясняются условия и стоимость размещения текстовой и баннерной рекламы, условия предоставления скидок.

Лента дня – лицо любого информационного агентства. Рассмотрим и проанализируем повестку от 31 марта и 3 мая 2016 года. Критерием оценки повестки дня будет количественное соотношение новостей, относящихся к категориям «политика», «экономика», «общество», «культура и спорт», «новости партнёров и спонсоров».

Главные новости по версии НИА от 31 марта (Приложение А)

Баланс в пользу общественных проблем. Такой тематический расклад позволяет привлечь широкую аудиторию: не только деловые люди, которым нужна краткая сводка ежедневных событий в городе, но и домохозяйки, пенсионеры, семьи с детьми, молодёжь.

При этом в качестве главной новости на сайте в течение двух дней (30 и 31 марта) держалась расширенная заметка о проблеме, являющейся на сегодняшний день крайне острой и волнующей каждую красноярскую семью – о детских садах «В Красноярске начинается комплектование детских садов» (приложение Б).

Днём 31 марта главная новость меняется, но тема снова общественная, причём затрагивающая опять-таки каждую красноярскую семью, в которой есть школьники «В Красноярском крае ЕГЭ будут сдавать более 16 тысяч человек» (приложение В).

В этих заметках нет ни приёмов языковой игры, ни каких-либо других попыток сделать журналистский текст ярче. Это классическое сообщение ленты информационного агентства. Но, возможно, именно это стопроцентное попадание в жанр делает все сообщения НИА безликими.

Теперь сравним главные события 3 мая с теми примерами, что были рассмотрены от 31 марта.

Тема дня «Майские праздники пройдут при плохой погоде». Главные новости – в приложении Г.

Здесь также виден баланс в пользу общества, подтверждается ориентация НИА именно на социальные аспекты информационного пространства города и края.

По данным компании «Медиалогия», составляющей рейтинг СМИ, основой которого является индекс цитируемости, в третьем квартале 2015 года в рейтинге медиаресурсов Красноярского края Независимое информационное агентство входит в десятку ресурсов, представленных в исследовании. Индекс цитируемости равен 7,34 [Информационно-аналитическая система «Медиалогия»].

Основные разделы топ-меню (главного меню сайта) содержит рубрики «лента», «власть», «экономика», «политика», «финансы», «общество», «КЭФ-2016».

Каждый из разделов топ-меню содержит подборку тематических публикаций за текущий месяц. Более ранние публикации можно найти в архиве.

Несмотря на то, что сайт НИА очень удобен для подписчиков, у него нет своего лица. Для того чтобы разработать стратегию развития и совершенствования, выделим плюсы и минусы НИА на сегодняшнем этапе его существования.

Плюсы

1. Сайт удобен для пользователя: логичный и простой поиск информации;
2. Быстрое оформление подписки: в два клика);
3. Удобно оформленный прайс на размещение рекламы;
4. Форма подачи новостей отвечает всем канонам жанра ленты информационного агентства: без креативных изысков, речевых оборотов, языковой игры.

Минусы

1. Простой дизайн сайта: отсутствие крупных, ярких фотоснимков, вызывающих желание прочитать материал;
2. Сухие, информативные тексты без приёмов языковой игры, юмора, ярких метафор
3. Отсутствие элементов, которые есть у рассмотренных выше информационных агентств: - интерактивной связи с читателями (форум, советы, блоги) - собственных рубрик, которые «делают лицо» информационного агентства;
4. Несвоевременное обновление некоторых рубрик, которые должны быть «горячими» и оперативными.

Плюсов и минусов оказалось поровну. Это отличная мотивация для дальнейшего развития.

Перспективам этого развития посвящена следующая часть нашей исследовательской работы.

2.3 Разработка стратегии развития «Независимого информационного агентства»

В предыдущей части исследования мы познакомились с деятельностью информационных агентств Красноярска и вывели особенности, отличающие каждое из них, делающие ИА узнаваемым на местном медиарынке. В этой части работы мы рассмотрим целесообразность внедрения этих особенностей на сайт НИА для привлечения нового сегмента аудитории. Новыми читателями и подписчиками НИА станет молодёжь и продвинутые интернет-пользователи. Увеличение числа подписчиков и выход на новую аудиторию обеспечит «Независимому информационному агентству» приток новых инвестиций от рекламодателей.

Вот список элементов, которые делают узнаваемыми на региональном медиарынке конкурирующие с НИА информационные агентства:

1. Вынос в качестве главной новости на повестку дня общественно значимого события, которое вызовет волну комментариев.
2. Оригинальные рубрики (Например, «Поуехавшие» и «Понаехавшие» у «Ньюслаба» или «Обзор» от «Сибирского агентства новостей» с советами различной тематики)
3. Заголовки с применением элементов языковой игры
4. Активный форум/ интерактивная площадка для общения с экспертами/ вопросы в редакцию («Спроси про ЖКХ» у агентства 1-line)
5. Подробная афиша (все культурные события, которые будут происходить в городе за неделю/ месяц)

5. Наличие аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах («Сибирское агентство новостей имеет аккаунты в «Одноклассниках» и в «Телеграм», что привлекает дополнительную аудиторию продвинутых пользователей в возрасте от 18 до 45+).

6. Блоги с короткими ёмкими сообщениями, которые не отнимают много времени на прочтение. Желательно привлечь много новых интересных авторов.

7. Обязательно наличие фотографий хорошего качества с интересным сюжетом

8. Желательно перемежать фоторепортажи с видеосюжетами, снятыми на месте значимых событий

9. Спецпроекты (например, активно следить за подготовкой к «Универсиаде-2019»).

Если креативная команда редакции НИА сможет внедрить все 10 элементов, это, несомненно, обеспечит приток подписчиков и рекламодателей.

Кроме того, стоит проанализировать целесообразность усиления тематического разнообразия материалов сайта.

На сегодняшний день основными разделами главного меню сайта НИА являются рубрики «лента», «власть», «экономика», «политика», «финансы», «общество». Это минимальный «джентльменский набор» для информационного агентства.

Опираясь на данные счетчика Яндекс-метрика (приложение Д), мы можем дифференцировать тематику публикаций и определить названия для создания новых рубрик топ-меню. Это будет удобно, прежде всего, для посетителей сайта. Яндекс-счётчик предлагает варианты:

- Авто
- Спорт
- Туризм
- Недвижимость
- Гаджеты
- Культура

- Наука

Публикации на автомобильную тематику, посвящённые в большинстве своём появлению новых моделей машин, насчитывают наибольшее количество просмотров. За год посетители сайта НИА более 44745 раз обращались к заметкам на автомобильную тему. В интересе читателей к автомобилям прослеживается определённая сезонная и тематическая зависимость.

Апрель. Самая популярная заметка «В России начались продажи новой LADA Kalina» - 2164 просмотра

Июль. Самая популярная заметка «Hyundai: Sonata 2016 модельного года получила новые моторы» - 1116 просмотров

Август. Самая популярная заметка «Осенью в России стартуют продажи китайских автомобилей Zotye» - 1489 просмотров.

Ноябрь. Самая популярная заметка «В России стартовали продажи обновленного кроссовера Hyundai Tucson» - 1019 просмотров.

Декабрь. Две самых популярных заметки. «Продажи внедорожника Lada 4x4 Urban начались в Европе» - 1144 просмотра

«АвтоВАЗ приступает к серийному выпуску городского кроссовера LADA XRAY» - 1821 просмотр.

Именно в эти месяцы наблюдается всплеск интереса читателей и к таким сообщениям, соответственно, их потенциальная покупательная способность находится на достаточно высоком уровне. Это значит, что в эти месяцы рекламные менеджеры НИА могут с успехом привлекать рекламодателей – местные автосалоны и организаторов автомобильных гонок. Таким образом, целесообразность введения отдельной рубрики топ-меню под названием «Авто» не вызывает сомнений. С разработанным макетом для рубрики НИА «Авто» можно ознакомиться в приложении Е.

Спортивные публикации также вызывают живой интерес аудитории НИА. Но годовое количество просмотров гораздо ниже, чем у автомобилей: более 15283. При этом четыре месяца в году спортивные новости не публиковались вовсе (июль, август, октябрь и декабрь).

Май. Самая популярная публикация «Сборная России была разгромлена командой Канады в финале ЧМ по хоккею» - 1323 просмотра

Июнь. Две взрывных публикации.

«Роман Павлюченко покидает «Локомотив» из-за низкой зарплаты» - 2276 просмотров.

«Месси назван лучшим футболистом в истории Лиги чемпионов» - 1258 просмотров.

Тем не менее, выделение отдельной рубрики «Спорт» в топ-меню считаю целесообразным, поскольку в Красноярске проводится ряд масштабных спортивных мероприятий (Ярыгинский турнир, городские старты и марафоны), к которым также можно привлечь информационных спонсоров. С разработанным макетом для рубрики НИА «Спорт» можно ознакомиться в приложении Ж.

Недвижимость. Публикации на эту тему были только в январе и феврале. Общее число просмотров более 3388. Самая популярная публикация – «Налоговый вычет облегчит жизнь ипотечникам», 1786 просмотров.

Из-за невысокого количества просмотров и отсутствия актуальных тем отдельную рубрику «недвижимость» в топ-меню выделять не стоит. Необходимость в ней может возникнуть, если НИА организует крупную рекламную кампанию по недвижимости с привлечением экспертов и партнёров.

Туризм. Годовое число просмотров тематических публикаций – более 6534. При этом в самые отпускные месяцы – декабрь-январь и июль-август публикаций не было вовсе или были с небольшим числом просмотров.

Февраль. Самая популярная публикация «Помощник президента: Между Абхазией и Россией не должно быть границ» - 1130 просмотров.

Апрель. Самая популярная публикация «Россиянам разрешат оформлять два загранпаспорта» - 1160 просмотров.

Май. Самая популярная публикация «В Европе стало меньше туристов из России» - 1077 просмотров.

Июнь. Самая популярная публикация «В Москве могут организовать раздельный для мужчин и женщин пляж» - 1564 просмотра.

Выделение тематической рубрики «Туризм» в топ-меню имеет смысл при условии, что корреспонденты НИА активизируют работу в этой области и привлекут рекламодателей. Чтобы материалы рубрики были интересными, стоит привлечь к сотрудничеству внештатного блогера-путешественника. С разработанным макетом для рубрики НИА «Туризм» можно ознакомиться в приложении И.

Гаджеты. Довольно популярная тематическая подборка: более 17189 просмотров в год.

Самые популярные публикации марта:

«Samsung представил новые смартфоны GALAXY S6 и S6 Edge» - 1254 просмотра

«Samsung GALAXY S6 получил российский ценник» - 1029 просмотра.

Независимо от количества просмотров рубрику «Гаджеты» стоит вынести в топ-меню, поскольку это примета нового времени. Именно рубрика технических новинок может привлечь в ряды читателей и подписчиков НИА новый сегмент аудитории – молодёжь. Для ведения тематической рубрики следует пригласить продвинутого внештатного автора. С разработанным макетом для рубрики НИА «Гаджеты» можно ознакомиться в приложении К. Возможно, имеет смысл выделить тему гаджетов как авторскую рубрику или блог. Тогда разместить её не в топ-меню, а в рубрике «Авторские проекты» или «Блоги».

Культура. Согласно Яндекс-счётчику, рубрика появилась в июне и за один месяц набрала более 12674 просмотров. За год (точнее, за 6 месяцев) рекордное количество – более 78081 просмотра. Уже только по этому показателю рубрику «Культура» стоит вынести в топ-меню. Огорчает только тот факт, что самой популярной новостью оказалось сообщение «Актер Евгений Цыганов ушел от беременной седьмым ребенком жены» - 7048

просмотров и «Актер Евгений Цыганов станет отцом в седьмой раз» - 4996 просмотров.

Для ведения рубрики также стоит привлечь талантливого автора, который умеет интересно писать о театре, кино и который разбирается в культурной политике и глубоко понимает процессы, происходящие в сфере российской культуры. Если он согласится вести авторскую страничку, это только украсит сайт НИА. С разработанным макетом для рубрики НИА «Культура» можно ознакомиться в приложении Л.

Наука. Тематические публикации появляются в июне. До конца года общее количество просмотров превышает 14165.

Самые популярные новости опубликованы в июле. 1217 и 1417 просмотров соответственно набрали заметки «Красный снег со вкусом арбуза обнаружили в горах Хакасии» и «К 2030 году Европу может настичуть ледниковый период».

Очевидно, что найти учёного, который мог бы талантливо писать в публицистическом стиле, довольно сложно. Особенно в Красноярске. Тем не менее, если найти такого автора, блог о науке привлёк бы не только молодёжь, но и всех читателей, стремящихся к расширению кругозора. С разработанным макетом для рубрики НИА «Наука» можно ознакомиться в приложении М.

Предлагаю ввести рубрику «Афиша», которая повествует о значимых или просто занимательных событиях, которые проходят в городе. Это привлечёт дополнительную аудиторию и вызовет живые отклики, если привлечь автора, который поможет красноярцам грамотно формировать свой досуг.

Ещё одно нововведение, которое украсит сайт любого информационного агентства – фоторепортаж.

Интерактивная площадка для комментариев – также необходимый атрибут любого современного сайта. Нужно продумать возможность для организации общения красноярцев, равнодушных к событиям, происходящим в городе. Возможно, стоит ввести рубрику «Опрос» или

оформить электронный счётчик общественного мнения по тем или иным событиям и проблемам.

Этот анализ позволит нам составить сводную таблицу рубрик, которые должны появиться на сайте.

Таблица 3 – Сводная таблица рубрик

Рубрики топ-меню, сообщения в которые готовят штатные корреспонденты НИА в своём фирменном деловом стиле «без излишеств»	Постоянные рубрики сайта, которые будут вести талантливые внештатные авторы, разбирающиеся в теме. К публикациям в этих рубриках рекомендуется привлекать рекламных партнёров	Нецелесообразные рубрики и причины их нецелесообразности
Лента дня Политика Экономика Общество Культура Спорт Фоторепортаж Проекты (КЭФ, Универсиада) Курс валют Погода	Авто Туризм Гаджеты Недвижимость Авторские блоги Афиша Форум Комментарии Вопрос-ответ	Наука. Выделять события научного мира в особый раздел нецелесообразно для информационного агентства универсального типа. Популяризатора, умеющего увлекательно писать о науке в Красноярске найти сложно. А писать в научном стиле – прерогатива специализированных информационных агентств. Поэтому новости из мира науки, затрагивающие судьбы людей, можно размещать в рубрике «Общество»

Выводы:

1. Внедрение новых рубрик на сайт и в топ-меню – это лишь первый шаг к тематическому разнообразию, а значит, и к повышению уровня внимания читателей

2. Чтобы добиться серьёзных результатов в расширении сегмента аудитории руководству НИА рекомендуется пригласить к сотрудничеству талантливых внештатных авторов, которые будут писать о путешествиях, автомобилях, гаджетах и недвижимости, а также вести блоги и поддерживать интерактивную связь с читателями и подписчиками

3. Для штатных корреспондентов НИА рекомендуется организовать курсы повышения квалификации, чтобы они научились применять приёмы языковой игры и делали тексты более живыми и интересными

4. Для обновления дизайна сайта и приведения его к современным стандартам рекомендуется привлечь дизайнера и веб-программиста

5. Редакции НИА рекомендуется подумать над созданием собственных проектов, которые привлекут дополнительную аудиторию и помогут встретиться с читателями и потенциальными подписчиками лицом к лицу. Например, день донора, ежегодная экологическая акция «Час земли», акции по сбору вещей, игрушек и книг в детский дом, встречи с деятелями культуры и тому подобное. Такие акции помогут повысить престиж ИА в глазах общественности

6. НИА рекомендуется завести аккаунты в социальных сетях (Одноклассники, Вконтакте, Facebook, Instagram, Twitter) и мессенджерах (Telegram, Viber, WhatsApp, Skype) для привлечения продвинутых интернет-пользователей и удобной обратной связи с читателем. Кроме того, через соцсети и мессенджеры можно оформлять подписку на контент НИА.

7. Добавить на сайт НИА больше качественных фотографий, видео с места событий, счётчики голосов в опросе, инфографику).

Автор работы уверен, что выполнение этих условий позволит НИА обрести свой фирменный стиль, стать узнаваемым на красноярском медиарынке, увеличить количество аудитории, число подписчиков и рекламодателей и повысить рабочий тонус штатных и внештатных сотрудников редакции агентства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании представленного в данной работе анализа стратегий и структур информационных агентств, стало известно, что для эффективной работы агентствам необходимо соблюдать стандарты жанра, при этом не забывая о собственном, фирменном стиле.

Согласно результатам проведенного анализа деятельности «Независимого информационного агентства» работу предприятия можно назвать успешной, однако при этом не стоит останавливаться на имеющихся результатах, а необходимо смотреть в будущее и совершенствовать деятельность.

Сравнив НИА с другими красноярскими информационными агентствами можно сделать вывод, что для эффективной реализации стратегии развития предприятия редакции необходимо: вводить новые рубрики на сайт исследуемого агентства и в топ-меню; привлечь дизайнера и веб-программиста для обновления дизайна сайта; пригласить к сотрудничеству внештатных авторов, которые будут готовить материалы поспециализированным темам; разработать и внедрить собственные проекты агентства; завести аккаунты в социальных сетях и мессенджерах для привлечения продвинутых интернет-пользователей; увеличить количество фотографий, видео, опросов и других мультимедиа. Реализация вышеперечисленных пунктов поможет Независимому информационному агентству в приобретении собственного стиля, увеличении аудитории и числа рекламодателей, а также в повышении рабочей тонус штатных и внештатных сотрудников редакции агентства.

В дальнейшем требуется разработка программы мероприятий по внедрению предложенных в данной диссертации улучшений, а также мониторинг эффективности их выполнения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Boyd-Barrett O., Rantanen T. The Globalization of News / O. Boyd-Barrett, T. Rantanen. - London: Sage, 1998.
- 2 Rantanen T., Vartanova E. News Agencies in Post-Communist Russia: From State Monopoly to State Dominance / T. Rantanen, E. Vartanova // European Journal of Communication. - 1995. Vol. 10 (2).
- 3 Акопов, А.И. Социокультурные и правовые проблемы интернет-журналистики / А. И. Акопов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. - Воронеж, 2013. - № 1-2. - С. 14-18.
- 4 Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. / Г.П. Бакулев. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
- 5 Беленькая, Ю.П. Принципы формирования медиаповестки в полиэтническом регионе / Ю.П. Беленькая // Коммуникация в современном мире. - Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2013. С. 9-11.
- 6 Больц, Н. Азбука медиа / Пер. с нем. Л.Ионин, А.Черных. – Москва: Европа, 2011. – 136 с.
- 7 Бриггз, А., Кобли П. Медиа. Введение: учебник для студентов вузов / Под ред. А. Бриггза и П.Кобли / Пер. с англ. Ю.В. Никуличева. — 2-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 550 с.
- 8 Вагнер, И.Е. Развитие информационных агентств России в условиях социально-экономического кризиса / И.Е. Вагнер // Коммуникация в современном мире. - Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2013. С. 7-9.
- 9 Вартанова, Е. Л. Современная медиаструктура / Е.Л. Вартанова // Средства массовой информации постсоветской России: сб. науч. тр. / Москва: Аспект Пресс, 2002. – С. 10-85.
- 10 Вартанова, Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы: сб. науч. тр. / Москва: Медиамир, 2009. – 488 с.

11 Вартанова, Е. Л. Типология информационных агентств / Е.Л. Вартанова, Г. В. Вирен, Т. И. Фролова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2013 . - № 3. С. 6-30.

12 Вартанова, Е. Л. Чем управляют менеджеры СМИ. О природе современного медиаменеджмента / Е. Л. Вартанова // Журналистика и медиарынок. – 2006. – №7-8.

13 Вейлль, П. Искусство менеджмента / П. Вейлль. - Москва: Радуга, 2010 – 256 с.

14 Ворошилов, В. В. Журналистика: учебник / В. В. Ворошилов. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 360 с.

15 Востриков, Н. Информагентства построили по ранжиру [Электронный ресурс] /Н. Востриков // Российская газета. – 2005. № 3961. - Режим доступа: <http://rg.ru/2005/12/27/informagentstva.html>.

16 Грабельников, А. А. Работа журналиста в прессе: учебное пособие / А.А. Грабельников. – Москва: РИП-холдинг, 2001. – 274 с.

17 Дебре, Р. Введение в медиологию / Р.Дебре – Москва: Праксис, 2010. - 368 с.

18 Дейк, Т. Ван. Язык, познание, коммуникация / Т. Ван Дейк. – Москва: Прогресс, 1989 - 312 с.

19 Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учебное пособие/ Т. Г. Добросклонская. – Москва: Флинта, 2008. – 264 с.

20 Долгополов, А.Ю. Категориальные признаки объектов в гуманитарном Интернете // Вестник МГУ. Серия: Филология. Журналистика. - Москва, 2014. -№ 2. - С. 139-144.

21 Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» [Электронный ресурс]: федер. закон от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

22 Засурский, Я.Н. Глобальное информационное пространство в условиях мобильной коммуникации [Электронный ресурс] / Я.Н. Засурский // Медиаскоп. – 2006. – №1. – режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/162>.

23 Землянова, Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся журналистики: монография / Л. М. Землянова. - Москва: Издательство Московского университета, 2010. – 272 с.

24 Землянова, Л. М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура / Л. М. Землянова // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. - 2009. - № 2. - С. 58-69.

25 Иваницкий, В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд / В.Л. Иваницкий –М., 2010. – 360 с.

26 Ильин, К. Ценность источников информации [Электронный ресурс] / К. Ильин // InformationSecurity/Информационная безопасность. – 2006. – №1. – Режим доступа:http://www.itsec.ru/articles2/control/cennost_istochnikov_informacii.

27 Ильясова, С.В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы: учеб. пособие для вузов / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – Москва: Флинта, 2009. - 296 с.

28 Информационно-аналитическая система «Медиалогия». [Электронный ресурс.] – Режим доступа:<http://www.mlg.ru/>.

29 Калмыков, А.А., Коханова, Л.А. Интернет-журналистика: учеб. пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва: Юнити-Дана, 2005. - 383 с.

30 Кириллова, Н. Б. Медиасреда российской модернизации: монография / Н. Б. Кириллова. - Москва: Академический проект, 2005. – 400 с.

31 Клушина, Н.И. Русский национальный стиль и его реализация в текстах современных СМИ / Н.И. Клушина // Stylistyka XXI. – Opole, 2012. - Т. 21. – С. 13-24.

32 Корконосенко, С.Г. Журналист и информация: учебное пособие / под ред. С.Г. Корконосенко. – Санкт-Петербург, 1994. – 55 с.

- 33 Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для вузов / Г. В. Лазутина. Москва: Аспект Пресс, 2001. – 360 с.
- 34 Лащук, О. Р. Редактирование информационных сообщений: учебное пособие для студентов вузов / О.Р. Лащук. - Москва: Аспект Пресс, 2004 – 160 с.
- 35 Лукина, М. М. СМИ в домене Ру: хроника, цифры и типы / М. М. Лукина // Вестн. МГУ. Сер. 10. – 2001. – № 6. – С. 63–73.
- 36 Марков, А.А. Теория и практика массовой информации: учебник / А.А. Марков, Молчанова О.И., Полякова Н.В. ; под общ. ред. А.А. Маркова. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 252 с.
- 37 Международная информационная группа «Интерфакс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.group.interfax.ru/default.asp>.
- 38 Международное информационное агентство «Новости». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru>
- 39 Мельник, Г. С., Основы творческой деятельности журналиста: учебное пособие / Г.С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 272 с.
- 40 Михайлов С.А. История зарубежных СМИ: учебное пособие / С.А. Михайлов. - Москва: Инфра-М, 2006. - 305с.
- 41 Моджук, А. Могут ли информационные агентства и информационные онлайн-сайты конкурировать друг с другом? [Электронный ресурс] / А. Моджук // YoungJournalists. - 2010. Режим доступа: <http://yojo.ru/?p=4869>.
- 42 Олешко В. До первой бури. Региональная журналистика: современные тенденции и вызовы / В. Олешко // Журналист. – 2013. – № 1. – С. 25-27.
- 43 Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество: учебное пособие / В. Ф. Олешко. – Москва: РИП-холдинг, 2003. – 222 с.
- 44 Основы медиабизнеса: учебное пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. – Москва: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.

- 45 Панарин, Н.И. Информационные войны, PR и мировая политика: учебное пособие для вузов / Н.И. Панарин. - Москва: Аспект Пресс, 2006. – 301 с.
- 46 Петров, Л.Н. Стратегическое планирование развития предприятия: учебное пособие/ Л. Н. Петров. – Санкт-Петербург: СПбУЭФ, 2003. – 78 с.
- 47 Погорелый, Ю. А. Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Погорелый Юрий Андреевич. – Москва, 2001. – 197 с.
- 48 Попов, С.А. Стратегический менеджмент. Видение – важнее, чем знание: Учебное пособие / С.А. Попов. – Москва: Дело, 2007 – 464 с.
- 49 Проблематика СМИ. Информационная повестка дня: учебное пособие для студентов вузов / под ред. М.В. Шкондина, Г.С. Вычуба, Т.И. Фроловой. – Москва: Аспект Пресс, 2008. – 316 с.
- 50 Прохоров Е. П. Региональные СМИ в информационном пространстве России / Е.П. Прохоров // Факс. - 1999. № 1-2.
- 51 Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – Москва: Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
- 52 Российское информационное агентство ТАСС. [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://tass.ru/tass-today>.
- 53 Рэнделл, Д. Универсальный журналист [Электронный ресурс] / пер. с англ. А. Порьяз, под ред. В. Харитонов. Санкт-Петербург, Национальный институт прессы, 2000. – 150 с.
- 54 Сапунов, В. И. Зарубежные информационные агентства: монография / В.И. Сапунов. – Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 384 с.
- 55 Светлана-Толстая, С. В. Русская речь в массмедийном пространстве / С. В. Светлана-Толстая. - Москва: МедиаМир, 2007. - 344 с.
- 56 Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов / под ред. Я.Н. Засурского. - Москва: Аспект Пресс, 2001. – 259 с.

57 СМИ в меняющейся России: коллективная монография / под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2010. – 336 с.

58 Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А, Тертычный. – Москва: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

59 Чимаров, С. Ю., Теория и практика массовой информации: Словарь-справочник / С.Ю. Чимаров, С.С. Ярощевский. – Санкт-Петербург: СПбГИЭУ, 2005. – 316 с.

60 Шкондин М. В. Системные характеристики СМИ. Средства массовой информации России: учебное пособие для вузов / под ред. Я. Н. Засурского. – Москва: Аспект Пресс, 2010. – 472 с.

61 Шостак, М. И. Репортер: профессионализм и этика / М.И Шостак. – Москва: РИП-холдинг, 2002. – 165 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Главные новости по версии НИА от 31 марта

- Красноярские биатлонисты вошли в расширенный список сборной России
- Российские ракеты-носители получают имена сибирских рек
- Краевые депутаты собрались на сессию Законодательного Собрания
- СУЭК выступила генеральным партнером спектакля «Большая руда»
- В Кировском районе прошёл профилактический рейд по предупреждению пожаров в домах многодетных семей
- Начинаются публичные слушания по проекту внесения изменений в Генеральный план Красноярска
- Ozon.ru планирует начать продажу алкоголя и товаров для взрослых
- Сериал о легендарной дрессировщице Маргарите Назаровой покажут по телевидению
- Студенты СФУ позвали горожан принять участие в флешмобе в поддержку «детей дождя»
- С 2017 года начнется выдача электронных больничных листов
- Площадь ледового покрова в Арктике сократилась до рекордного минимума
- Популярный сериал «Друзья» заново перевели на русский язык
- «Роскосмос» будет осваивать Луну за свой счет
- Парламентарий Михаил Дегтярев предложил создать в Крыму университет для иностранцев
- Появились шпионские фото рестайл-седана BMW M5
- Банк России стал крупнейшим покупателем золота
- Основные виды телефонов, которые применяют современные пользователи
- Арбитражный суд ввел наблюдение в КУЖФ «Северо-Западная»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Тема дня по версии НИА от 30 марта

В Красноярске начинается комплектование детских садов

С 1 апреля 2016 года начинается комплектование детских садов города на новый 2016-2017 учебный год. В комплектовании текущего года будут участвовать дети, которые на 1 сентября 2016 года достигнут возраста от 1,5 до 6 лет. Период рождения этих детей - с сентября 2009 года по февраль 2015. Подавляющее число мест будет распределяться в возрастной группе от 3 до 4 лет. Как рассказал руководитель Главного управления образования города Алексей Лапков, в ночь на 1 апреля в системе произойдет «фиксация»: «На самом деле ничего не изменилось в формировании и комплектовании детей. Все дело в том, что сейчас у нас происходит достаточно рядовой шаг – с 1 апреля мы фактически начинаем комплектование 2016 года. В этот момент очередь в детские сады города будет заморожена и продлится она приблизительно в течение 3-4 недель. Это необходимо сделать для того, чтобы дети, которые уже достигли возраста 3 лет, были переведены из категории 1,5-3 года в категорию 3-4 года и приняли участие в комплектовании».

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Тема дня по версии НИА от 31 марта

В Красноярском крае ЕГЭ будут сдавать более 16 тысяч человек

Сегодня, 31 марта, главный специалист Министерства образования Красноярского края Владимир Бусыгин рассказал о том, какие особенности в сдаче ЕГЭ ждут школьников в 2016 году. Основная волна экзамена стартует 27 мая и завершится 30 июня. По его словам, в нынешнем году в общей сложности в Красноярском крае будут сдавать ЕГЭ порядка 16,5 тысяч человек. Причем порядка 15 тысяч – выпускники дневных школ.

Самым популярным экзаменом для сдачи по-прежнему остается обществознание. Его выбрали 9000 человек. Далее идет физика – 4000 человек, затем биология, история, информатика, химия и др.

«В нынешнем году в порядке аттестации глобальных изменений нет. Основные изменения внесены только в расписание. Дело в том, что на сдачу обществознания выделяется один дополнительный день и еще 1 резервный день для сдачи любого предмета. Поэтому 30 июня последний день сдачи ЕГЭ», - сообщил Владимир Бусыгин.

Досрочно могут сдать экзамен выпускники прошлых лет, а также выпускники текущего года, имеющие разрешение педагогической комиссии.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Главные новости по версии НИА от 3 мая

- ФСК ЕЭС взяла под особый контроль энергообъекты ЕНЭС на время майских праздничных и выходных дней
Леонид Шорохов рассказал о ходе посевной

- Администрация города внесла на рассмотрение в Красноярский городской Совет проект решения об исполнении бюджета города за 2015 год

- В Красноярском крае появятся новые возможности для трудоустройства инвалидов

- Назаровская ГРЭС СГК признана лучшей городской организацией в сфере охраны труда

- Поздравление Губернатора края Виктора Толоконского и председателя Законодательного Собрания края Александра Усса с Праздником Весны и Труда

- Творческие коллективы ИРНИТУ выступят на «Российской студенческой весне» в Казани

- В Красноярске в микрорайоне «Покровский» появилась Аллея Памяти

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Данные счетчика Яндекс-метрика за 2015 г.

ЯНВАРЬ 2015

Предполагаемый раздел	Заголовок	Число просмотров
Авто	Обновленный седан Volkswagen Jetta получил российский ценник	441
	BMW стал самой популярной премиум-маркой в мире	339
	Подержанные автомобили выросли в цене	152
	Появился первый официальный тизер рестайл-внедорожника Honda Pilot	226
	Рестайл-внедорожник Nissan X-Trail получил российский ценник	428
	оявились шпионские фото обновленного внедорожника KIA Sportage	418
	SsangYong запускает продажи нового кроссовера Tivoli	144
Спорт	Российские биатлонисты взошли на пьедестал в масс-старте	305
	Вопрос долга перед Капелло будет решать глава УЕФА	699
	Крымский футбол ждет решения минспорта России	532
	Ярыгинский турнир-2015: говорят тренеры	301

Недвижимость	В России появится очередь за льготным жильем 150	150
	В Красноярском крае подорожали квартиры	115

ФЕВРАЛЬ 2015

Предполагаемый раздел	Заголовок	Число просмотров
Авто	Автомобили Mitsubishi значительно подорожали для россиян	170
	Renault представил новый внедорожник Kadjar	136
	Появились фотографии рестайл-внедорожника Honda Pilot	359
	Kia опубликовала тизер своего нового автомобиля	146
	Стартовали продажи LADA Granta с «роботом»	134
	Для россиян ощутимо подешевели автомобили Opel	133
	Опубликован рейтинг самых экономичных кроссоверов и внедорожников	539
	Появились первые фото обновлённой Toyota Avensis	361
	Стала известна дата старта продаж рестайл-внедорожника Honda HR-V	181
	Появились шпионские фото рестайл-кроссовера Opel Mokka	170

	Появились первые изображения нового VolkswagenPassat CC	112
Спорт	Двукратного победителя Универсиады-2015 торжественно встретили в Красноярске	150
	Организована предварительная регистрация на лыжную гонку в рамках «Лыжни России»	123
	Четыре медали словацкой части Универсиады-2015 завоевали красноярские спортсмены	120
	Евгений Гараничев выиграл серебро индивидуальной гонки в Холменколлене	1282
	Россияне выиграли золото эстафеты на этапе Кубка мира по биатлону	550
	Определены составы сборных России по биатлону на этап Кубка мира в Холменколлене	130
	В Холменколлене стартует восьмой этап Кубка мира по биатлону	775
Недвижимость	Налоговый вычет облегчит жизнь ипотечникам	1786
	В ближайшие годы Красноярск избавится от 145 аварийных барачков	132
	Подведены итоги аукциона на право заключения договора о развитии застроенной территории, расположенной на пересечении ул. Красной Армии – ул. Ладо Кецховели	140

	Ответы на вопросы собственников помещений, которые могут возникнуть при получении квитанции на оплату взноса на капитальный ремонт	122
	Бесплатную приватизацию планируют продлить на три года	417
	У красноярцев осталось 2 недели до окончания бесплатной приватизации жилья	263
	Депутаты «в последний раз» продлили срок бесплатной приватизации квартир	236
Туризм	Турция введет специальные цены для россиян	144
	Помощник президента: Между Абхазией и Россией не должно быть границ	1130
Гаджеты	1 марта миру представят новый смартфон Samsung	363

МАРТ 2015

Авто	В России стартовали продажи хэтчбека Datsun mi-DO	980
	В России стартовали продажи рестайл-внедорожника Nissan X-Trail	532
	В сентябре состоится запуск нового седана Lada Vesta	120
	Renault представил новый внедорожник Kadjar	104
	Opel представил новый хэтчбек Karl	101
	Рестайл-внедорожник Audi Q7 получил	353

	российский ценник	
	Появились фото рестайл-седана HyundaiElantra	115
	С 1 апреля в России стартуют продажи рестайлинговогоKiaRio	261
	Эксперты назвали имена самых угоняемых автомобилей в России в 2015 году	256
	Появились официальные изображения обновлённого седана KiaOptima	215
	Новый внедорожник Volvo XC90 получит рублевый ценник	149
	АвтоВАЗ намерен выпустить новую модификацию LADA Kalina	772
	Льготное кредитование охватит автомобили до 700 тысяч рублей	259
	Рестайл-внедорожник KiaSorento появится в России в 2015 году	256
	В России стартуют продажи дизельной версии внедорожника BMW X4	186
	Россияне предпочитают покупать внедорожники	170
	Появился первый официальный тизеррестайлинговогоLexus RX	122
Недвижимость	В России утверждена ипотечная ставка в 13% годовых	361
	В Красноярске начался приём заявлений от жителей города для участия в программе «Жильё для российской	323

	семьи»	
	В Красноярске продолжается прием заявлений от жителей для участия в программе «Жилье для российской семьи»	129
Туризм	Гондурас отменяет визы для россиян	449
Спорт	Чемпионат мира по биатлону закончился для России пятым местом	216
Гаджеты	Samsung представил новые смартфоны GALAXY S6 и S6 Edge	1254
	Sony представила водозащищённый планшет Xperia Z4 Tablet	638
	Sony представила «подводный» смартфон Xperia M4 Aqua	136
	Samsung GALAXY S6 получил российский ценник	1029
	Стала известна стоимость смартфонов Galaxy S6 и Galaxy S6 Edge	447
	В России начинают дешеветь iPhone	123

АПРЕЛЬ 2015

Авто	Рестайлинговый Kia Rio получил рублёвый ценник	276
	Рестайл-кроссовер Mitsubishi Outlander представили в Нью-Йорке	221
	В Красноярске вводится льготный проезд для автомобилистов, поставивших свои автомашины на парковку	228

	В России начались продажи новой LADA Kalina	2164
	Сегодня в России стартуют продажи рестайл-кроссовера Mitsubishi Outlander	110
	Компания Renault снизила цены на автомобили Logan и Sandero	715
	Компания Renault снизила цены на автомобили Logan и Sandero	693
	Увеличился список авто, попадающих под налог на роскошь	217
	Производство рестайл-внедорожника LADA 4x4 начнется в 2018 год	372
	Для россиян подешевели автомобили Honda	169
	Время бесплатной стоянки на платных парковках увеличено до 30 минут	152
	Россияне смогут купить внедорожник Chevrolet Niva на 70 тысяч рублей дешевле	135
Гаджеты	Появились фото нового iPhone 6s	480
	Apple запустила программу обмена старых телефонов на новые iPhone	313
	Для россиян заметно подешевели смартфоны iPhone	464
	Sony представил свой новый смартфон Xperia Z4	206
	Apple снизила рублёвые ценники на «яблочные» MacBook и iPad	131
	Sony объявляет о предстоящем старте	272

	продаж в России смартфона Xperia E4g	
Спорт	УЕФА назовет дату принятия решения о судьбе матча Черногория-Россия сегодня	278
	ЛДПР предлагает запретить спортсменам участвовать в Олимпийских играх более двух раз подряд	1335
	Фабрицио Капелло: Российская сборная обязана победить Австрию и Швецию	727
	Сергей Иванов - противник бюджетного финансирования баскетбольных клубов	333
	Стадионы для ЧМ-2018 будут строить из российских материалов	140
	Начал работу сайт ГТО	389
Туризм	У проживающих в Испании россиян могут заблокировать счета	261
	Россиянам разрешат оформлять два загранпаспорта	1160

МАЙ 2015

Авто	Стала известна стоимость нового флагманского седана Lifan 820	390
Спорт	Сборная России была разгромлена командой Канады в финале ЧМ по хоккею	1323
	Топ-3 самых талантливых и высокооплачиваемых футболистов	388
Туризм	В Европе стало меньше туристов из России	1077
	Медведева расстроило качество туристического сервиса в Крыму	437

ИЮНЬ 2015

Авто	Обновленный седан VolkswagenPolo получил рублёвый ценник	880
	Появились фото рестайл-внедорожника ChevroletNiva	860
	«АвтоВАЗ» на гонках	776
	LadaGranta нового поколения представят в конце лета	705
	Рестайл-седан ChevroletCruzeофициально представлен	451
	Иномарка стала самым продаваемым автомобилем в России	380
	В России стартовали официальные продажи внедорожника Naval Н9	354
	КроссоверLifan X50 получил рублёвый ценник	270
Гаджеты	Apple начинает производство нового поколения iPhone	1756
	На рынок выходят смартфоны со сканером радужной оболочки глаза от ZTE	346
Спорт	Роман Павлюченко покидает «Локомотив» из-за низкой зарплаты	2276
	Мессиназван лучшим футболистом в истории Лиги чемпионов	1258
	Виталия Мутко уговаривают снова возглавить РФС	799
	Топ-3 самых талантливых и высокооплачиваемых футболисто	369

Туризм	В Москве могут организовать отдельный пляж для мужчин и женщин	1564
Культура	Безруков принял предложение Шойгу	2 721
	Состоялась премьера «ток-шоу» Хотиненко «Наследники»	2341
	Армен Джигарханян стал президентом	2057
	Заблокирован патриотичный клип Олега Газманова	944
	Писатель Александр Проханов призывает причислить Сталина к лику святых	876
	Министру культуры вновь прочат скорую отставку	754
	Сергей Шойгу предложил провести русское «Евровидение»	563
	Дмитрий Хворостовский серьезно болен	406
	Минкульт не собирается возвращать мат в широкий формат	359
НАУКА	Российские ученые предлагают лечить рак наночастицами магнетита	954
	Российских роботов научат думать	699

ИЮЛЬ 2015

Авто	Hyundai: Sonata 2016 модельного года получила новые моторы	1116
	21 июля стартуют продажи кроссовера Hyundai Creta	929
	В 2017 году Chevrolet выпустит новый 7-местный кроссовер	651
	Внедорожник Mercedes-Benz GLS 2016	525

	сняли на видеокамеру	
	В Сети появились первые снимки интерьера Lada XRAY -	485
	Стали известны цены на новый кроссовер Suzuki	484
	Кроссовер Nissan X-Trail получил 163-сильный двигатель 1.6 DIG-T Turbo	392
	Обновленные авто Toyota RAV4 засветились в США	385
	Nissan X-Trail получил 163-сильный мотор 1.6 DIG-T Turbo	378
	В сети Интернет появились первые фото салона BMW 1-Series	363
	Обновленную Chevrolet Niva запустят в серийное производство	345
Гаджеты	Смартфоны GALAXY S6 и S6 edge дешевеют для россия	517
	Появились фото смартфона iPhone 6S	494
Культура	Том Круз собирается жениться в четвертый раз	1851
	Дочь Маяковского потянуло в Россию	1577
	Оперный певец Дмитрий Хворостовский вернется на сцену в октябре	1441
	«Зена – королева воинов» вернется на экраны	967
	Состояние Дмитрия Хворостовского нормализуется	1315
	Стало известно место проведения конкурса «Новая волна»	736

	На российские экраны вышел оscarоносный фильм о Сноудене	641
	Дмитрий Хворостовский уверен, что победит болезнь	529
	В «Татышев-парке» пройдет масштабное празднование XV Федерального Сабантуя	454
	«Голосящий КиВиН» поменял Юрмалу на Светлогорск	439
Наука	К 2030 году Европу может настигнуть ледниковый период	1417
	Красный снег со вкусом арбуза обнаружили в горах Хакасии	1217
	Правительство заинтересовалось «бесконечной флешкой»	510
	Российские изобретатели улучшили космический скафандр «Орлан МКС»	466
	ГЛОНАСС превзошел GPS	376

АВГУСТ 2015

Авто	Осенью в России стартуют продажи китайских автомобилей Zotye	1489
	В России стартовали продажи Suzuki Vitarano нового поколения	953
	Фото евро-версии Kia Optima 2016 утекли в сет	846
	В Сети появились фотографии новых Citroen DS4 и DS4 Crossback	767
	В сентябре состоится премьера нового поколения кроссовера Lexus RX	682

	Mazda представит во Франкфурте новый кроссовер Koenig	562
	Компания Hyundai официально представляла Accent 2016	447
	Обновленный внедорожник Chevrolet Tahoe получил рублёвый ценник	444
	Mazda представила первое изображение нового кроссовера Koenig	431
Гаджеты	Появились «живые» фото смартфона Samsung Galaxy Note 5	501
	Социальная сеть «Одноклассники» запустила в работу онлайн-телевидение	547
	Apple выпустит беспилотный автомобиль	385
Культура	Актер Евгений Цыганов ушел от беременной седьмым ребенком жены	7048
	Актер Евгений Цыганов станет отцом в седьмой раз	4996
	Актер Евгений Цыганов прокомментировал свой уход от беременной жены	2774
	Появился трейлер самого страшного фильма последних лет	738
	Фестиваль Kubana стартовал в Риге	319
	Телесериал «Тихий Дон» выйдет на экраны осенью	303
	Стал известен режиссер новой серии «Звездных войн»	275
Наука	Презентован беспилотник «Чирок» для перевозки бомб и ракет	1959
	Новый космический корабль Россия	1643

	запустит в 2021 году	
--	----------------------	--

СЕНТЯБРЬ 2015

Авто	Стало известно о новых комплектациях LADA Kalina и LADA Granta	803
	Volkswagen представил обновленный кроссовер Tiguan	487
	Новую Lada Kalina NFR от «АвтоВАЗа» представили дилерам	635
	Toyota из-за наводнений в Японии закрывает три завода -	342
	Определены лучшие автомобили мир	317
Гаджеты	Sony представила Xperia Z5 Premium	1143
	Смартфоны Sony Xperia Z5 резко подешевели	985
	Первый смартфон со сгибаемым дисплеем Samsung выпустит уже в январе	448
	Живые фото Android-смартфона Nokia C1 засветились в Интернет	406
	Google представил смартфоны Nexus 5X и Nexus 6P	300
СПОРТ	Сборная России в отборочном матче Евро-2016 обыграла шведов	558
Туризм	Россияне будут экономить в поездках на зимние каникулы - АТОР	312
Культура	Семья Жанны Фриске готовится установить памятник певице	1702
	Ирина и Сергей Безруковы расстались окончательно	1439

	Одним из символов российской столицы станет торт	998
	Сиквел «Бегущего в лабиринте» возглавил американский прокат	862
	Четвертый сезон популярного шоу «Голос» стартует на Первом канале уже сегодня	482
	Актер Валентин Гафт отмечает 80-летие	420
	Дмитрий Хворостовский возвращается к выступлениям после болезни	359
	Человеком года по версии журнала GQ стал артист Евгений Цыганов	350
	Сегодня Дмитрий Хворостовский впервые выйдет на сцену после болезни	266
	«Воин»: Владимир Яглыч и Светлана Ходченкова снова вместе	264
Наука	Россия и США вместе полетят на Венеру	465
	Неправильный образ жизни «убивает» россиян	239

ОКТЯБРЬ 2015

Авто	КроссоверLifan X80 появится в России в 2016 году	534
	В России стартовали продажи обновлённого KIA see'd	508
	Новый кроссоверHondaPilot готовится выйти на российский рынок	469
	Ford начал выпускать автомобили с российским мотором -	305
Гаджеты	Корпорация Apple представила	673

	обновленный iMac	
	Новый iPhone может получить изогнутый дисплей	351
	Samsung ведет подготовку смартфона-раскладушки Galaxy Golden 3	233
Туризм	Красноярск оказался на 41 месте в рейтинге комфортных городов	279
Культура	Хворостовский выступил в Сочи на закрытии конкурса «Новая волна»	2065
	«Ужастики» подвинули «Марсианина» в североамериканском прокате	985
	Зрители станут свидетелями гибели Осипа Мандельштама	299
	В Москве установят памятник Людмиле Гурченко	277
Наука	Россия планирует выпускать легкие реактивные ранцы для космонавтов	535
	Планеты «вышли» на парад	523
	На границе с Красноярским краем нашли уникальные алмазы	402
	Астрофизики рассчитали время гибели Земли	375

НОЯБРЬ 2015

Авто	В России стартовали продажи обновленного кроссовера Hyundai Tucson	1019
	«АвтоВАЗ» намерен вернуться на рынки СНГ	424
	Стало известно, когда в России начнутся	405

	продажи обновленного кроссовера Kia Sportage	
	Компания Audi назвала рублевые цены на новые RS 6 и RS 7	320
Гаджеты	Смартфон Samsung Galaxy S7 может получить 4К-экран	485
	В России выпущен золотой iPhone 6s с портретом «трижды великого» Владимира Путина	432
	Китай представляет клон iPhone 6s за 37 долларов	300
	В России начались продажи «восстановленных» б/у iPhone 5s -	248
Спорт	Майк Тайсон приедет работать в Россию	315
Культура	Россияне определяют дату празднования Дня отца	1321
	Минкульт назвал провальные российские фильмы	379
	Россия, Китай и Индия учредят евразийский «Оскар»	306
	В Москве откроют памятник легендарному Георгию Вицину	236
	Названы кандидаты на получение «Оскара» за лучший мультфильм	241
Наука	Россия создаст радарные спутники	961
	Марс может стать похожим на Сатурн	577
	Технология сибирских ученых позволит сократить стоимость поиска нефтяных залежей в 3 раза	379

	Роботы оставят без работы 95 млн человек	359
	Японский реактивный пассажирский самолет прошел первые испытания	333

ДЕКАБРЬ 2015

Авто	АвтоВАЗ приступает к серийному выпуску городского кроссовера LADA XRAY	1821
	Продажи внедорожника Lada 4x4 Urban начались в Европе	1144
	Новый кроссовер Chery Tiggo 3X появится на рынке в 2016 году	901
	Компания Volvo официально представила новый флагманский седан S90	854
	Появились фото нового китайского кроссовера Changan CX70	479
Гаджеты	Восьмой iPhone получит боковой экран	814
	Компания Samsung запатентовала «умное» кольцо	613
	YotaPhone 2 стал дешевле для россиян	298
Культура	Дмитрий Хворостовский не сможет выступить на сцене «Метрополитен-опера» из-за болезни	1171
	История любви дракона-оборотня выходит в российский прокат	715
Наука	Завершаются испытания российского беспилотника, летающего со скоростью 800 км/ч	562
	Nasa опубликовало изображение Венеры на фоне ночных огней Земли	431

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Макет рубрики НИА-АВТО



ФЕДЕРАЦИЯ
КАЛИНИНГРАД
КРАСНОЯРСК
КУРМАНСК
КУБАНЬ
НОВОСИБИРСК
СНЬ
ВЛАДИВОСТОК
ИРКУТСК
КАВКАЗ
КРЫМ
ЖЕЛЕЗНОГОРСК
ЯРОСЛАВЛЬ
ТОМСК
САХА
ТВЕРЬ
КЕМЕРОВО
ХАКАСИЯ
СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, вторник, 15:58

ЛЕНТА ДНЯ ВЛАСТЬ ЭКОНОМИКА ПОЛИТИКА ФИНАНСЫ ОБЩЕСТВО КЭФ 2016

АВТО СПОРТ ГАДЖЕТЫ КУЛЬТУРА НАУКА ТУРИЗМ АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



В сентябре состоится запуск нового седана Lada Vesta

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Айбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТФ – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», - отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль ...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ:

- Крымский федеральный округ 14.04.15.33, НИА — [Гостям Ялтинского форума презентованы инвестпроект](#)
- Кемеровская область, 14.04.15.08, НИА — [Красноярская железная дорога планирует защитить отдаленные поселки Кемеровской области от паводка](#)
- Крымский федеральный округ 14.04.14.54, НИА — [Участниками II ЯИМЭФ стали более 1100 человек](#)
- Крымский федеральный округ 14.04.14.36, НИА — [II ЯИМЭФ начал свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04.14.14, НИА — [Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан](#)
- Крымский федеральный округ 14.04.13.24, НИА — [II Ялтинский Международный экономический форум начинает свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04.12.57, НИА — [«Ростелеком» расширяет территорию скоростного интернета в Красноярском крае](#)
- Красноярский край, 14.04.12.38, НИА — [Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задают вопрос президенту России](#)

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:

«Городская электричка» в Красноярске – около 30 минут до любой точки города. Удобно, быстро, без пробок!

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Макет рубрики НИА-СПОРТ



ФЕДЕРАЦИЯ
КАЛИНИНГРАД
КРАСНОЯРСКИЙ
КУРЬЯНСКИЙ
МУРМАНСКИЙ

КУБАНЬ
НОВОСИБИРСКИЙ
СИБИРЬ
ИРКУТСК

КАВКАЗ
КРЫМ
ВЛАДИВОСТОК
БУРЯТИЯ

ЯРОСЛАВЛЬ
ТОМСК
ЖЕЛЕЗНОГОРСКИЙ
ЗАБАЙКАЛЬЕ

ТВЕРЬ
КЕМЕРОВО
ХАКАСИЯ
САХА
СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, вторник, 15:58

КРАСНОЯРСКИЙ

ЛЕНТА ДНЯ | ВЛАСТЬ | ЭКОНОМИКА | ПОЛИТИКА | ФИНАНСЫ | ОБЩЕСТВО | КЭФ 2016

АВТО **СПОРТ** | ГАДЖЕТЫ | КУЛЬТУРА | НАУКА | ТУРИЗМ | АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



Ярыгинский турнир-2015: говорят тренеры

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Аюбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТФ – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», – отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ

- Красноярский федеральный округ 14.04.15.33, НИА — [Гостям Ялыгинского форума презентованы инвестпроект](#)
- Кемеровская область, 14.04.15.08, НИА — [Красноярская железная дорога планирует защитить отдаленные поселки Кемеровской области от паводка](#)
- Красноярский федеральный округ 14.04.14.54, НИА — [Участниками II ЯМЗФ стали более 1180 человек](#)
- Красноярский федеральный округ 14.04.14.36, НИА — [II ЯМЗФ начал свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04.14.14, НИА — [Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан](#)
- Красноярский федеральный округ 14.04.13.24, НИА — [II Ялыгинский Международный экономический форум начнется своей работой](#)
- Красноярский край, 14.04.12.57, НИА — [«Ростелеком» расширяет территорию скоростного интернета в Красноярском крае](#)
- Красноярский край, 14.04.12.36, НИА — [Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задают вопрос президенту России](#)

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:



ФУТБОЛ АРЕНА

Самые лучшие игроки России в футболке «Енисей»

«Роды победы, победы в борьбе на поле»

7 апреля 2016 19:00

Енисей

Газовик

ДОЖ «Енисей» победитель Международного турнира!

КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ

НОВАТЭК | TELESPORT | MAX | SPORTBOX.RU

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Макет рубрики НИА-ТУРИЗМ



ФЕДЕРАЦИЯ КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ
КАЛИНИНГРАД НОВОСИБИРСКИЙ КРАЙ
КУБАНЬ КРАЙ
КАВКАЗ КРАЙ
ЯРОСЛАВЛЬ ТВЕРЬ
ТОМСК КЕМЕРОВО
ЖЕЛЕЗНОГОРСКИЙ КРАЙ
ХАКАСИЯ
САХА СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, четверг, 15:58

ЛЕНТА ДНЯ ВЛАСТЬ ЭКОНОМИКА ПОЛИТИКА ФИНАНСЫ ОБЩЕСТВО КЭФ 2016

АВТО СПОРТ ГАДЖЕТЫ КУЛЬТУРА НАУКА **ТУРИЗМ** АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



В Шушенское начнут летать самолеты

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Амбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТФ – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», – отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль ...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ:

- Кремль федеральный округ 14.04 15:33, НИА — [Гостям Ялтинского форума презентованы инвестпроект](#)
- Кемеровская область, 14.04 15:08, НИА — [Красноярская железная дорога попытка защитить отдаленные поселки Кемеровской области от паводка](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 14:54, НИА — [Участниками в ЯМЗФ стали более 1180 человек](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 14:36, НИА — [ЯМЗФ начал свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04 14:14, НИА — [Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 13:24, НИА — [II Ялтинский Международный экономический форум начинает свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04 12:57, НИА — [«Ростелеком» расширяет территорию скоростного интернета в Красноярском крае](#)
- Красноярский край, 14.04 12:36, НИА — [Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задали вопрос президенту России](#)

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:



точка продаж г. Красноярск
ООО "Азимут" (391) 223-2-332

Море солнца круглый год



в Красноярском крае
— 10:00 [Пресс-конференция на тему: Новый Кодекс административного судопроизводства РФ: Систематизация правил разрешения споров между гражданами и государством](#)

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Макет рубрики НИА-ГАДЖЕТЫ



ФЕДЕРАЦИЯ
КАЛИНИНГРАД
КРАСНОЯРСКИЙ
КУБАНЬ
НОВОСИБИРСКИЙ
СПБ
МУРМАНСК
КАВКАЗ
КРЫМ
ВЛАДИВОСТОК
ИРКУТСК
ЯРОСЛАВЛЬ
ТОМСК
ЖЕЛЕЗНОГОРСКИЙ
САХА
ТВЕРЬ
ЧЕЛЯБИНСКИЙ
ХАКАСИЯ
СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, четверг, 15:58

ЛЕНТА ДНЯ ВЛАСТЬ ЭКОНОМИКА ПОЛИТИКА ФИНАНСЫ ОБЩЕСТВО КЭФ 2016

АВТО СПОРТ **ГАДЖЕТЫ** КУЛЬТУРА НАУКА ТУРИЗМ АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



В России начинают дешеветь iPhone

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Амбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТО – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», - отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль ...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ:

- Кремль федеральный округ 14.04 15:33, НИА — [Гостям Ялтинского форума презентованы инвестпроект](#)
- Кемеровская область, 14.04 15:08, НИА — [Красноярская велерейсовая дорожка поможет защитить отдаленные поселки Кемеровской области от паводка](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 14:54, НИА — [Участниками в ЯМЗФ стали более 1180 человек](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 14:36, НИА — [В ЯМЗФ начал свою работу](#)
- Красноярский край, 14.04 14:14, НИА — [Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан](#)
- Кремль федеральный округ 14.04 13:24, НИА — [В Ялтинский Международный экономический форум начнется своя работа](#)
- Красноярский край, 14.04 12:57, НИА — [«Ростелеком» расширит территорию скоростного интернета в Красноярском крае](#)
- Красноярский край, 14.04 12:36, НИА — [Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задают вопрос президенту России](#)

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:



Бесплатная доставка товаров Xiaomi по России



Анонс на завтра, 15 АПРЕЛЯ:

в Красноярском крае — 10:00 [Пресс-конференция на тему: Новый Кодекс административного судопроизводства РФ. Систематизация правил разрешения споров между гражданами и государством](#)

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Макет рубрики НИА-КУЛЬТУРА



ФЕДЕРАЦИЯ
КАЛИНИНГРАД
КРАСНОЯРСКИЙ
МУРМАНСК

КУБАНЬ
НОВОСИБИРСКИЙ
СПБ

КАВКАЗ
КРЫМ
ВЛАДИВОСТОК

ЯРОСЛАВЛЬ
ТОМСК
ЖЕЛЕЗНОГОРСКИЙ
САХА

ТВЕРЬ
КЕМЕРОВО
ХАКАСИЯ
СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, **понедельник**, 15:58

КРАСНОЯРСКИЙ

ЛЕНТА ДНЯ | ВЛАСТЬ | ЭКОНОМИКА | ПОЛИТИКА | ФИНАНСЫ | ОБЩЕСТВО | КЭФ 2016

АВТО | СПОРТ | ГАДЖЕТЫ | **КУЛЬТУРА** | НАУКА | ТУРИЗМ | АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



Спектакль красноярского ТЮЗа "АлиСа" получил "Золотую маску"

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Амбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТФ – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», - отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль ...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ:

- Красноярский федеральный округ 14.04.15.33, НИА — Гости Ялтинского форума презентованы инвестпроект
- Кемеровская область, 14.04.15.08, НИА — Красноярская железная дорога планирует застроить отдаленные поселки Кемеровской области от Павлода
- Красноярский федеральный округ 14.04.14.54, НИА — Участниками в ЯМЗФ стали более 1180 человек
- Красноярский федеральный округ 14.04.14.36, НИА — в ЯМЗФ начал свою работу
- Красноярский край, 14.04.14.14, НИА — Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан
- Красноярский федеральный округ 14.04.13.24, НИА — в Ялтинский Международный экономический форум начнется свою работу
- Красноярский край, 14.04.12.57, НИА — «Ростелеком» расширяет территорию скоростного интернета в Красноярском крае
- Красноярский край, 14.04.12.36, НИА — Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задают вопрос президенту России

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:



www.festmir.ru

в Красноярском крае
— 10:00 Пресс-конференция на тему: Новый Кодекс административного судопроизводства РФ. Систематизация правил разрешения споров между гражданами и государством

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Макет рубрики НИА-НАУКА



ФЕДЕРАЦИЯ
КАЛИНИНГРАД
КРАСНОЯРСКИЙ
МУРМАНСК

КУБАНЬ
НОВОСИБИРСКИЙ
СПБ
ИРКУТСК

КАВКАЗ
КРЫМ
ВЛАДИВОСТОК
БУРЯТИЯ

ЯРОСЛАВЛЬ
ТОМСК
ЖЕЛЕЗНОГОРСКИЙ
ЗАБАЙКАЛЬЕ

ТВЕРЬ
КЕМЕРОВО
ХАКАСИЯ
САХА
СЕВАСТОПОЛЬ

14 апреля 2016, **понедельник**, 15:58

КРАСНОЯРСКИЙ

ЛЕНТА ДНЯ ВЛАСТЬ ЭКОНОМИКА ПОЛИТИКА ФИНАНСЫ ОБЩЕСТВО КЭФ 2016

АВТО СПОРТ ГАДЖЕТЫ КУЛЬТУРА **НАУКА** ТУРИЗМ АФИША

ПАРТНЕРЫ
ПРОЕКТЫ
ПОИСК
ПОДПИСКА
РЕКЛАМА
КОНТАКТЫ
RSS

Мы в 

ТЕМА ДНЯ



В СФУ пройдут Дни открытых дверей

Об этом в рамках традиционной онлайн-конференции с горожанами рассказал Глава Красноярска Эдхам Амбулатов. «День города в этом году будет объединен с АТО – это уже традиция, которая происходит не первый раз, и это правильно. Карнавальное шествие будет обязательно, сейчас оргкомитет готовит программу празднования, и в ближайшее время мы доведем до горожан свои мысли – уверен, красноярцы дополнят их своими предложениями», - отметил Глава города. Напомним, международный музыкальный фестиваль ...

ГЛАВНЫЕ НОВОСТИ:

Кремль федеральный округ 14.04 15:33, НИА — [Гостям Ялтинского форума презентованы инвестпроект](#)

Кемеровская область, 14.04 15:08, НИА — [Красноярская железная дорога планирует застроить отдаленные поселки Кемеровской области от Павлода](#)

Кремль федеральный округ 14.04 14:54, НИА — [Участниками II ЯМЭФ стали более 1180 человек](#)

Кремль федеральный округ 14.04 14:36, НИА — [II ЯМЭФ начал свою работу](#)

Красноярский край, 14.04 14:14, НИА — [Министерство финансов Красноярского края объявляет конкурс проектов по представлению бюджета для граждан](#)

Кремль федеральный округ 14.04 13:24, НИА — [II Ялтинский Международный экономический форум начнется свою работу](#)

Красноярский край, 14.04 12:57, НИА — [«Ростелеком» расширит территорию скоростного интернета в Красноярском крае](#)

Красноярский край, 14.04 12:36, НИА — [Молодые специалисты Красноярской ТЭЦ-1 задают вопрос президенту России](#)

АНОНС НА 14 АПРЕЛЯ:



КРИТБИ
КРАСНОЯРСКИЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ
ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
БИЗНЕС-ИНКУБАТОР

Анонс на завтра, 15 АПРЕЛЯ:

в Красноярском крае
— 10:00 [Пресс-конференция на тему: Новый Кодекс административного судопроизводства РФ. Систематизация правил разрешения споров между гражданами и государством](#)