

УДК: 621.397:004.738

Децик А.С.^{1,2}, Решетняк А.Н.²

¹Украинское Национальное Информационное Агентство “Укринформ”, Киев, Украина

²Национальная Академия Государственного Управления при Президенте Украины, Киев, Украина

^{1,2}decik@ukrinform.ua

НАЦИОНАЛЬНОЕ ИНФОРМАГЕНТСТВО И ЕГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ – ОПЫТ УКРИНФОРМА

Статья посвящена научному осмыслению процесса вхождения СМИ в глобальную сеть Интернет как неотъемлемого фактора развития информационного общества. Показано, что среди последних тенденций на масс-медийном рынке важное место отводится формированию и распространению сетевых СМИ, которые имеют неограниченные возможности для интерактивной коммуникации и подачи информации в режиме реального времени. Растущая популярность социальных сетей вызвала необходимость не только совершенствования интернет-ресурсов СМИ, но и интегрирования их в различные социальные сети. В этом контексте авторы обстоятельно анализируют опыт единственного государственного информационного агентства Украины – Укринформа, интернет-стратегия которого направлена на переход агентства в социально интегрированную сеть новостей.

Ключевые слова: интернет-СМИ, информационный ресурс, социальная сеть, Укринформ.

Введение

Интернет, являясь последовательным развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), становится востребованной формой коммуникации, ведущей к возникновению принципиально новых каналов и способов коммуникационного взаимодействия между индивидами, институтами и властью [1].

Доминирующая роль информационных технологий во всех без исключения сферах деятельности человека является характерной чертой настоящего. Благодаря этим технологиям общество получило возможность пользоваться огромными объемами информации. По экспертным оценкам, количество новостей только в украинском и российском сегментах Интернета превышает 90 тысяч сообщений в день. Безусловно, такой объем информации может быть полезным только при условии эффективного доступа пользователей к нему.

В 2012 году количество пользователей Интернета в мире составило 2,4 миллиарда человек. По данным интернет-портала *Bigmir)net*, в Украине ежедневно пользуются глобальной сетью от 6,5 до 6,8 миллиона человек, во всем мире, по состоянию на декабрь 2012 года, по данным *Pingdom*, активно используются 634 миллиона сайтов [2, 3].

В статье рассматриваются различные аспекты теории и практики функционирования информационных агентств в Интернете, наработки национального информагентства Украины по использованию возможностей всемирной сети для размещения информации, обеспечения коммуникации посредством сервиса WorldWideWeb.

Актуальность такого рода исследований связана с необходимостью осмысления и определения основ и особенностей функционирования современных национальных информационных агентств в Интернете.

При прогнозировании возможных тенденций дальнейшего развития, естественно, требуется понимание истории формирования современных агентских интернет-ресурсов информационных агентств с учетом мировых тенденций и национальных особенностей.

Влияние информационных технологий на ключевые процессы в информагентстве, включая распространение информации

Современное информационное агентство вынуждено все больше внимания уделять совершенствованию и внедрению информационных технологий в процессы сбора, обработки, накопления и распространения информационных сообщений. Практически все агентства мира вынуждены решать эти проблемы. Сегодня на рынке производства и потребления информационных услуг происходит в прямом и переносном смысле гонка информационно-технологического вооружения. И это не удивительно, потому что от того, как оснащен корреспондент на месте события, насколько оптимально работает внутренняя агентская информационно-технологическая система и насколько профессионально использует ее творческий и технический персонал, зависит, чьи новости используют СМИ или интеграторы новостей.

Но и этого мало. Время требует перестраивать годами наработанные подходы и стандарты в борьбе за доминирование (а может, присутствие) на информационном рынке. Информационным агентствам приходится не только производить новости для СМИ, но и доносить их до конечного пользователя новостей. Это неизбежно приводит к корректированию функций самих агентств, когда наряду с традиционной основной информацией – снабжение оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакций газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также других учреждений, организаций, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию, появляется необходимость в обладании полноценным собственным популярным сайтом [4]. В результате исследователи, изучая присутствие этих медиа в сети, начинают говорить об интернет-представительствах традиционных информационных агентств и собственно сетевых информационных агентствах [5].

Тенденции развития интернет-представительств информагентств в украинском сегменте WWW

Естественно, что интернет-издания являются более оперативными, чем любое печатное издание, поскольку дают информацию в режиме реального времени. В этом – одна из главных причин того, почему традиционные СМИ начали интегрироваться в NewMedia. Это привело в том числе к тому, что в начале XXI века в сети Интернет появились два явления: «СМИ в Интернете» и «сетевые СМИ» [6].

В первом случае печатные СМИ размещали электронные версии своих изданий в сети. Как правило, все они имели традиционный вид и стандарты печатного издания (без изменения формата и формы подачи материала, корректировки семантики), а значит, не могли дать пользователю полноценное сетевое представление. Примером «СМИ в Интернете» в украинском сегменте в то время можно было назвать следующие газеты: «Вечерние вести», «Факты и комментарии», «Зеркало недели» [7–9].

Сетевые СМИ появились как новый тип средств массовой информации, который был ориентирован, прежде всего, на Интернет и учитывал все потребности пользователей NewMedia. Сетевые СМИ кроме оперативности и интерактивности использовали сервисы сети, которых с каждым годом становилось все больше. Примерами первых «сетевых СМИ» в Украине могут быть «Украинская правда», «Версии.ком», «Обозреватель» [10–12].

Укринформ долгое время использовал Интернет только как транспортную среду по доставке своих информационных продуктов подписчикам. Электронные версии продуктов агентства были перенесены в сеть без учета необходимости их адаптации (читай «СМИ в Интернете». - авт.), не ставилось целью преобразование информресурса в полноценное интернет-издание. И хотя первый интернет-ресурс Укринформа появился в 1998 году с введением в действие веб-сервера «Укринформ-новости», а следующими в 1999 году

были «Укринформ-инфо» и «Укринформ-фото», все материалы этих интернет-ресурсов были закрыты для неподписчиков агентства [13–15]. В результате эти веб-сайты в таком виде были неинформативны и просто неинтересны для большинства пользователей сети. Появление этих ресурсов тогда было связано с попыткой формирования на их базе интернет-портала.

На этом фоне стратегию, направленную на привлечение читателей непосредственно на собственный сайт, среди негосударственных информационных агентств Украины с весны 2006 года начало реализовывать информационное агентство УНИАН [16]. До 2012 года отзывы его руководства о результатах подобного шага были только позитивными [17].

Их коллеги из «Украинских Новостей» также в начале 2000-х начали формировать бесплатный сайт-агрегатор. По данным их топ-менеджмента, он и в 2013 году отличался довольно большой рентабельностью [18].

В то же время руководство активно работающего на рынке агентства «Интерфакс-Украина» и к 2007 году с иронией относилось к идее подобного публичного сайта-агрегатора. Однако в структуре его медиа-группы на тот момент такой ресурс активно продуцировали их коллеги из Беларуси [19].

При этом, начиная с 2009 года, эксперты в Украине уже констатируют рост популярности самостоятельных онлайн-медиапроектов на сетевом информационном рынке страны [4].

Невзирая на форму представленности в сети, будь то интернет-представительство или сетевое агентство (читай «СМИ в Интернете» или «сетевые СМИ». - авт.), агентства конкурируют в этой среде с другими медиа на общих основаниях (конечно, если цель такого присутствия – донесение новостей непосредственно потребителю). Это, в свою очередь, порождает необходимость борьбы за рейтинг и участие в сопутствующих сервисах, например, в рейтинговых системах, различного рода интеграторах новостей.

В привлечении внимания к информационному ресурсу новостийной ориентации, а также для удержания заинтересованной аудитории важное значение имеет наличие мультимедиа и возможностей интерактивной коммуникации.

А с учетом растущей популярности социальных сетей (которые, к слову, в корне изменили отношение публики к новостному контенту) имеет значение еще и интегрированность ресурса в соцсети, поскольку пользователи все меньше и меньше обращаются к первоисточникам новостей, считая, что все новости можно получить в «собственной» соцсети.

Эта тенденция характерна не только для украинских медиа, она также является предметом дискуссий на различных международных мероприятиях, к примеру таких, как Бакинский международный гуманитарный форум [20].

Особенности присутствия в Интернете национального информагентства Укринформ

Национальное информационное агентство Украины – одно из самых старых СМИ страны, поскольку является наследником и правопреемником информационных структур начала прошлого века, начиная с Украинского телеграфного агентства (УТА, 1918 г.), Бюро украинской прессы (БУП, 1919 г.), Всеукраинского бюро Российского телеграфного агентства (УкРОСТА, 1920 г.), Радиотелеграфного агентства Украины (РАТАУ, 1921 г.) [21].

Как видим, все перечисленные названия содержат указание на способ коммуникации, благодаря которому распространялась их информация.

До провозглашения независимости страны в 1991 году РАТАУ, предшественник Укринформа, действовало в составе единой информационной системы Телеграфного

агентства Советского Союза (ТАСС) и даже чисто технологически было интегрировано в нее.

После обретения независимости агентство вынуждено было самостоятельно изыскивать возможности распространения информации о стране и получения данных о событиях в мире и начало заниматься образованием альтернативной коммуникации с внешним миром.

В технико-технологическом аспекте этому способствовал окончательный переход от телеграфных и специализированных сетей передачи данных к глобальной сети Интернет. И хотя ЭВМ-системы активно функционировали в агентстве с конца 80-х годов прошлого столетия, окончательно отказаться от телетайпов в пользу персональных компьютеров оно смогло лишь в 1998 году.

В начале 2000-х годов в числе организационно-технических мероприятий по налаживанию коммуникации с другими странами национальное информагентство Украины практиковало открытие тематических сайтов. Например, в 2003 году был внедрен тематический сайт «2003 – Год России в Украине», в 2004-м – «Год Польши в Украине», «Пресс-клуб «Украина–НАТО» и т.д.

При этом с 2002 года Укринформ начинает активно открывать доступ к своим специализированным страницам. Для свободного доступа создаются сайты «Страны мира», «Деловая Украина», другие тематические ресурсы. В ноябре того же года была проведена первая в истории агентства интернет-конференция.

Для информирования иностранных читателей о событиях в Украине посредством Интернета и развития связей с представителями украинских диаспор по миру в 2009 году был создан сайт «Единая Украина» [22]. Для ориентации на потенциального иноязычного читателя в 2010 году была внедрена испаноязычная версия основного новостного сайта (русско- и англоязычные новости производились агентством еще во времена Советского Союза). В 2011 году заработала версия на немецком языке. Подобного набора иноязычных версий среди интернет-СМИ в Украине больше нет. В том же году была проведена регистрация адресов ukrinform в доменных зонах: .es, .ru.

С 2011 года Национальное информационное агентство Украины начинает открытие большей части новостей социального и политического характера, для чего в 2012 году было проведено полное обновление основного новостного сайта.

С 2013 года в агентстве одновременно с традиционными творческими редакциями функционирует самостоятельная редакция основного новостного сайта.

Таким образом, можно говорить о политике «двух информационных потоков»: один поток новостей – для интернет-пользователей, бесплатный; второй – для подписчиков агентства. До этого упор делался на сегментарные тематические ресурсы.

В 2010 году агентство официально зарегистрировалось в социальных сетях Facebook, Twitter и YouTube и, продолжив эту работу в 2012 году, сейчас представлено практически в каждой популярной соцсети.

Параллельно в конце 2011 года Укринформ реализовал собственный проект подобной соцсети с условным названием «Блоги министров», открыв сайт <http://blogs.ukrinform.gov.ua>. Этот ресурс позиционируется как платформа для общения высокопоставленных государственных служащих и любого жителя страны. Он действует по принципу классической социальной сети, позволяя публиковать сообщения – послания чиновников для их комментирования общественностью. Здесь возможна анонимность комментариев. Вместе с тем агентство предупреждает всех, кто пожелает оставить отзыв, что оскорбительные, нецензурные, антигосударственные или расистские комментарии удаляются без предупреждения – автоматически.

Все это направлено на реализацию современной интернет-стратегии агентства: из «СМИ в Интернете» в «Интернет-СМИ», далее в «Портальную зону», а затем в «Социально ориентированную сеть новостей».

Сейчас в Украине насчитывается почти 500 тысяч веб-сайтов. Укринформ среди них, в частности, представлен следующим образом: 7 из них ведутся на украинском языке, 3 – на русском, 3 – на английском, 1 – на немецком, 1 – на испанском. Среди электронных СМИ Украины веб-ресурсы Укринформа относятся к популярным (суммарная месячная аудитория более 1 миллиона посетителей по данным *Bigmir*) [23].

Заключение

Современный мир переживает очередную революцию – на этот раз в сфере информатики и телекоммуникаций. Как следствие, на наших глазах возникает глобальное информационное общество. Все это и является определяющим фактором дальнейшего развития украинского национального информационного агентства Укринформ, поскольку оно само по себе является важной составляющей формирования такого общества в Украине, как, впрочем, и интеграции государства в мировое информационное пространство.

Литература:

1. Бронников И. А. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации, автореф. дис. на соискание степени канд. полит. наук, Московский гуманитарный университет, 2011, 25 с.
2. <http://www.bigmir.net>
3. <https://www.pingdom.com>
4. Афанасьева К. Правовое регулирование деятельности Интернет-СМИ // Медиакритика, <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/pravove-vrehulyuvannya-diyalnosti-internet-zmi.html> (на украинском языке).
5. Могилевская Э. Информационные агентства в Интернете // Научно культурологический журнал, 2006 г., №18 [140], <http://www.relga.ru/Environ/-WebObjects/tgu>
6. Ландэ Д.В. Поиск знаний в Internet, М., 2005 г., 272 с.
7. <http://www.vv.com.ua>
8. <http://www.facts.kiev.ua>
9. <http://www.zerkalo-nedeli.com>
10. <http://www.pravda.com.ua>
11. <http://www.versii.com>
12. <http://www.obozrevatel.com.ua>
13. <http://www.news.ukrinform.com>
14. <http://www.newsar.ukrinform.com>
15. <http://www.photo.ukrinform.ua>
16. Информационному агентству УНИАН исполнилось 20 лет // Телекритика: профессия, 2013 г., <http://www.telekritika.ua/profesija/2013-03-19/80070> (на украинском языке)
17. Остапа С., Наливайко О. НСЖУ должен объединить всех, кто хочет защищать интересы журналистов // Телекритика: профессия / люди (интервью), 2013 г., <http://www.telekritika.ua/lyudi/2012-03-28/70729> (на украинском языке).
18. Ганжа Л., Безлюдько Д., «Украинские новости»: Никому нельзя верить // Редакторский портал, 2013 г., <http://www.telekritika.ua/lyudi/2012-03-28/70729>
19. Лигачева Н., Мартыненко А. «Украина в режиме реального времени перестала интересовать мир» // Телекритика: профессия / люди (интервью), 2007 г., <http://www.telekritika.ua/lyudi/2007-12-17/35565>

20. Современные СМИ и новые вызовы: Резюме по круглому столу // Бакинский международный гуманитарный форум, <http://www.bakuforum.org/wp-content/uploads/2012/12/ATCru.pdf>
21. Коновець О.Ф. О начале традиций информационных агентств в Украине // Электронная библиотека института журналистики, <http://www.journalib.-univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1425> (на украинском языке)
22. <http://www.diaspora.ukrinform.ua>
23. <http://top.bigmir.net/report/16795256/visits?&type=7>

UOT 621.397:004.738

Desik Aleksandr S.^{1,2}, Rešetnyak Aleksandr M.²

¹Ukrayna Prezidenti yanında Milli Dövlət İdarəçiliyi Akademiyası Kiyev, Ukrayna

²“Ukrinform” Ukrayna Milli İnformasiya Agentliyi, Kiyev, Ukrayna

^{1,2}decik@ukrinform.ua

Milli informasiya agentliyi və onun İnternetdəki mövqeyi – Ukrinformun təcrübəsi

Məqalə informasiya cəmiyyətinin inkişafının ayrılmaz tərkib hissəsi kimi KİV-in qlobal İnternet şəbəkəsinə daxil olması prosesinin elmi cəhətdən şərhinə həsr olunub. Mass-media bazarında müşahidə edilən son tendensiyalar arasında interaktiv kommunikasiya və informasiyanın real zaman rejimində ötürülməsi üçün məhdudiyyətsiz imkanlar yaradan şəbəkə KİV-nin formalaşması və yayılmasının mühüm yer tutduğu göstərilir. Sosial şəbəkələrin artan populyarlığı təkcə KİV-in İnternet resurslarının təkmilləşdirməsini deyil, həm də onların müxtəlif sosial şəbəkələrdə inteqrasiya olunmasını zəruri edir. Məqalədə İnternet strategiyası sosial inteqrasiya olunan xəbər şəbəkəsinə keçmək olan Ukraynanın yeganə dövlət informasiya agentliyinin - Ukrainform-un təsrübəsi məhz bu baxımdan analiz edilir.

Açar sözlər: İnternet-KİV, informasiya resursu, sosial şəbəkə, Ukrinform.

Oleksandr S. Detsyk^{1,2}

Oleksandr M. Reshetniak²

¹National Academy of Public Administration under the President of Ukraine Kyiv, Ukraine

²National Information Agency of Ukraine "Ukrinform", Kyiv, Ukraine

^{1,2}decik@ukrinform.ua

The national news agency and its positioning on the internet – Ukrinform’s experience

The article is devoted to the scientific understanding of the process of entering into the global media network of the Internet as an essential factor in the development of the information society. It is shown that among the latest trends in the mass media market an important place is given to the formation and distribution of online media, which have unlimited possibilities for interactive communication and presentation of information in real time. The increasing popularity of social networks has caused a need not only to improve the media online resources, but also to integrate them into various social networks. In this context, the authors thoroughly analyze the experience of the only national news agency in Ukraine – Ukrinform, whose online strategies aim at moving the agency into a socio-integrated news network.

Keywords: online media, information resource, social network, Ukrinform.