

УДК 070.13 (571.54)

НОВОСТНЫЕ АГРЕГАТОРЫ В ИНТЕРНЕТЕ

© Шагдарова Баярма Баторовна

кандидат исторических наук, доцент,
Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Ранжурова, 6
E-mail: bayarma70@mail.ru

Изменения в сфере медиа носят стремительный характер, появляются новые и экспериментальные форматы СМИ, которые завоевывают все больше сторонников. В частности, в журналистике цифровизация медиапроизводства приводит к появлению автоматизированных СМИ, формирующих и распространяющих контент в интернете без участия команды журналистов и редакторов. В 2017 году в общественном обороте официально появилось новое понятие – новостные агрегаторы, которые законом теперь приравнены к СМИ. В развитии новостных агрегаторов заинтересованы не только их владельцы, но и интернет СМИ, которые серьезно наращивают трафик благодаря переходам пользователей из агрегаторов. Феномен высокой популярности новостных агрегаторов связан с рядом факторов, характер которых не поддается описанию с позиций традиционного инструментария. В данной статье автор обращается лишь к некоторым аспектам нового явления, пытаясь таким образом обозначить предметные очертания исследуемого объекта.

Ключевые слова: интернет-журналистика, новостные агрегаторы, информационные агентства, трафик, контент, интернет.

Развитие интернет-журналистики на платформе WEB 2.0 сопровождается стремительными изменениями в сфере доставки новостного контента массовой аудитории. Точнее будет сказать о необратимых изменениях журналистики в условиях новых медиа. Сегодня среднестатистический человек потребляет за неделю больше информации, чем житель начала XX века за всю жизнь. Контента стало значительно больше, а доступ к нему – благодаря интернету – приобрел глобальные масштабы. Распространение новостей постепенно перестает быть монополией масс-медиа, любой пользователь социальных сетей может теперь производить и транслировать свои материалы на массовую аудиторию, быть не только «автором», но и «издателем». Борьба за внимание аудитории потребовала от медиаиндустрии поиска и создания новых форматов медиапроизводства и распространения новостей в интернете.

Новостные агрегаторы являются новым аспектом в становлении и развитии интернет-журналистики. Введение понятия «новостные агрегаторы» в общественный оборот связано с принятием в июне 2016 года Федерального закона № 208-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”

и «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях»», приравнивающий новостные агрегаторы к СМИ. Данный закон вступил в силу с 1 января 2017 года. К новостным агрегаторам отнесены интернет-ресурсы, посещаемость которых составляет более миллиона пользователей в сутки. В настоящее время в России наиболее успешными новостными агрегаторами являются:

1. Яндекс.Новости.
2. Гугл. Новости.
3. Mail.ru
4. Рамблер.новости.
5. Лентач в социальной сети ВК и др.

Всего же под действие нового закона подпадут более тридцати крупных компаний.

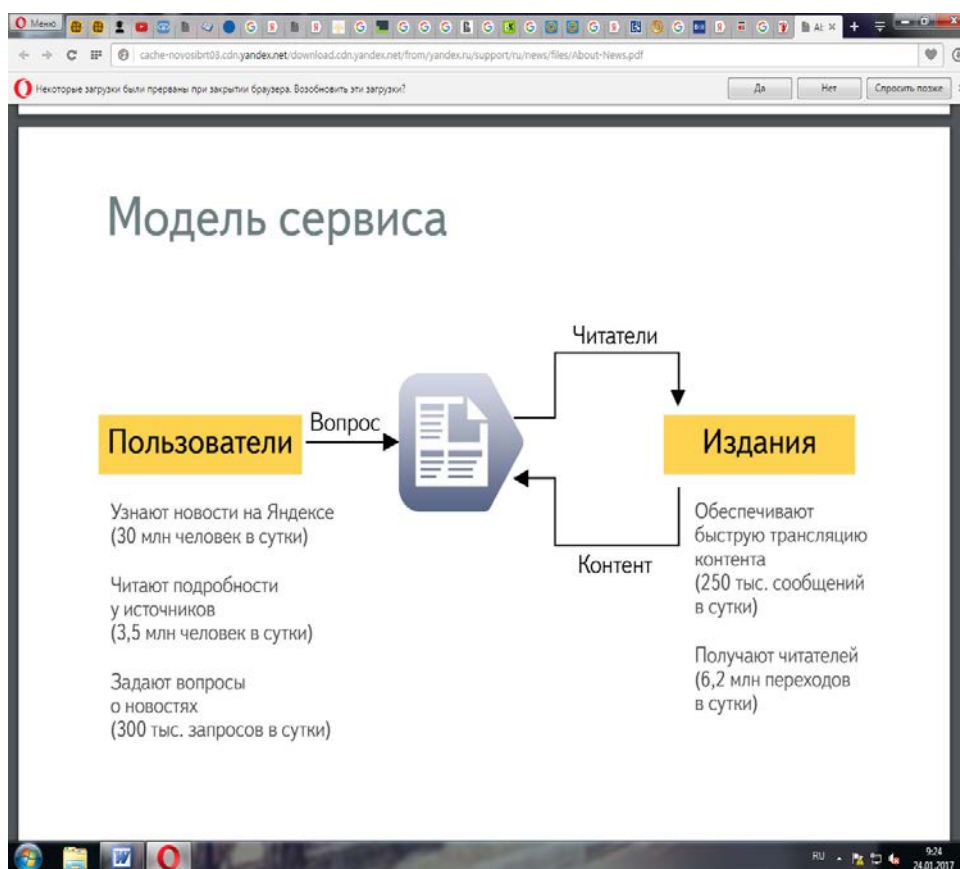
Новостные агрегаторы воспринимаются пользователями как самостоятельные медиа, не отличающиеся от новостных СМИ. Новостные агрегаторы принадлежат своим издателям и, по существу, являются специально компьютерными программами, созданными для крупных поисковых сайтов: их контент формируется автоматически, без участия журналистов. Из-за широкого охвата аудитории новости, попавшие в ленты новостных агрегаторов, за очень короткий срок набирают большое количество просмотров, что обеспечивает новостным агрегаторам важную роль в информационном обмене в интернете. Говоря о принципах работы новостных агрегаторов, следует назвать два основных: автоматический и ручной. Все вышеназванные крупнейшие агрегаторы работают в автоматическом режиме, лишь ресурс «Лентач» и ряд других работают в ручном режиме, представляя собой популярные паблики в социальных сетях, имеющие команду редакторов, которые отбирают и публикуют новости вручную по своему собственному усмотрению.

Автоматические новостные агрегаторы оснащены системой подключения к информационным лентам информагентств, онлайн-СМИ и с помощью компьютерной программы отбирают «горячие» новости, ежедневно формируя новостную повестку дня из наиболее актуальных сообщений. Новостные агрегаторы отбирают новости в свою ленту согласно следующим критериям:

1. Цитируемость (количество ссылок на данное сообщение в других сообщениях сюжета, без учета ссылок в аффилированных СМИ и самоцитирования).
2. Свежесть (время публикации сообщения по сравнению с другими источниками).
3. Информативность (наполненность сообщения ключевыми фактами сюжета).

Принятие закона, приравнявшего популярные новостные агрегаторы к СМИ, является важным этапом в развитии интернет-СМИ и в целом отечественной медиасферы и задает новый импульс исследовательскому

дискурсу. Особый интерес привлекает новостной агрегатор «Яндекс.Новости», по данным TNS Russia, среднесуточная аудитория сайта в январе составляла 6,2 млн россиян в возрасте 12-64 лет. Этот новостной агрегатор доступен по адресу news.yandex.ru. Свои версии «Яндекс. Новости» имеет в Беларуси, Казахстане и на Украине. «Яндекс. Новости» предоставляет информацию в полном объеме в текстовом, графическом и видео форматах. Ниже на скриншоте представлена графическая модель новостного агрегатора.

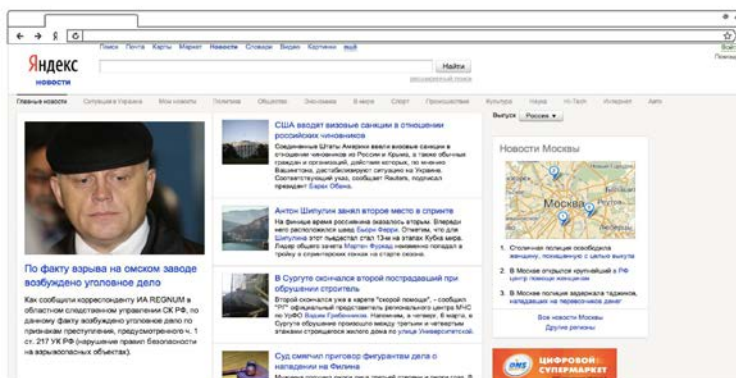


Основная миссия «Яндекс. Новости» – отвечать на заданные и незадаанные вопросы пользователей. Целью агрегатора является удовлетворение потребностей пользователей в актуальной информации. Эта цель реализуется посредством следующих задач:

1. Представление разных точек зрения на разные события.
2. Отображение основных актуальных фактов сюжета.
3. Отражение развития событий.
4. Предоставление аналитических материалов о событии.

Главная страница агрегатора выполняет ведущую коммуникативную функцию привлечения и удержания внимания пользователей.

Главная страница Яндекс.Новостей



Цель:

дать более развернутый и структурированный ответ на вопрос «что происходит». Главное в разных срезах (разные рубрики, жанры, ньюсмейкеры, ...).

Новостные агрегаторы не публикуют полные тексты новостей, а помогают пользователям переходить по ссылке на основной новостной ресурс. Благодаря агрегаторам СМИ в интернете серьезно увеличивают среднесуточный трафик; сами же новостные агрегаторы получают широкие возможности агрегирования контента наиболее популярных СМИ. В этом случае новостной агрегатор можно рассматривать как медиапосредника, значительно превосходящего любые другие СМИ по уровню влияния на массовую аудиторию. Справедливо мнение о том, что сегодня уже не важно, где появилось сообщение, важно, кем оно будет распространяться. «Яндекс. Новости» в ежеминутном режиме собирает новости из всех регионов России и мира. Агрегатор не публикует в своей ленте анекдоты, прогноз погоды, литературные произведения. Тематика новостей не может содержать нарушения законодательства Российской Федерации. «Яндекс. Новости» и ряд других отечественных агрегаторов, приравненных к СМИ, не будут нести ответственности за распространение недостоверной информации, если она является дословным цитированием СМИ. Процитированное СМИ может быть установлено и привлечено к ответственности за данное нарушение законодательства. Владельцем новостного агрегатора может быть только российское юридическое лицо или гражданин РФ. Вводится обязанность для новостных агрегаторов хранить в течение шести месяцев распространяемую ими информацию. Сохраняются также сведения об источнике ее получения и сроках ее распространения.

Впервые в 2010 году поисковые системы в интернете стали ключевым каналом доступа к информации. К этому времени интернет WEB 2.0. переживал бурное развитие и получил окончательное название «новые со-

циальные медиа». В системе новых медиа новостные агрегаторы заняли свое прочное место, сами поисковые системы также обнаружили, что поиск в сети не ограничивается справочной информацией или навигационными запросами. Результатом стало развитие партнерских программ с издательствами и новостная агрегация. С ростом популярности новостных агрегаторов возник запрос на конструирование коллективной повестки и попадание в эту повестку заинтересованных партнеров. В результате системы «Яндекс. Новости» и «Google News» ежемесячно посещают миллионы пользователей. Многие российские издания получают из новостных агрегаторов свыше 20% аудитории. Это настолько важный источник, что иногда в редакциях СМИ появляется небольшой отдел, специально генерирующий новости для агрегационных площадок. Обычно речь идет о часто сменяющихся друг друга коротких новостях, в заголовках которых упоминаются актуальные ньюсмейкеры, а текст скомпилирован из нескольких источников, входящих в новостной кластер. Стандартами ведущих новостных агрегаторов предусмотрено обновление новостей каждые пять минут.

Еще несколько лет назад новостные агрегаторы считали всего лишь новым способом генерации новостей, техническим приемом, не породившим специфических медиа-форматов. Однако сегодня следует признать, что крупные агрегаторы, в частности, «Яндекс. Новости», являются полноценными СМИ, чей статус закреплен законодательно, что делает данную медиа-форму серьезным конкурентом для традиционных СМИ.

Литература

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. Екатеринбург: Изд-во Гуманит. ун-та, 2016. 304 с.

References

1. Amzin A., et al. *Kak novye media izmenili zhurnalistiku* [As new media have changed journalism]. Yekaterinburg: Humanities University Publ., 2016. 304 p.

NEWS AGGREGATORS on the INTERNET

Bayarma B. SHagdarova

candidate of Historical Sciences, Associate Professor

Buryat State University.

6, Ranzhurova St., Ulan-Ude, 670000, Russia

Changes in the media are rapid in nature, there are new and experimental media formats that are gaining more and more supporters. In general, journalism digitalization of media production gives rise to automated media, forming and distributing content on the Internet without the participation of the team of journalists and editors. In 2017, turnover in the public official has a new concept - the news aggregators, which by law is now equated with the media. In the development of the news aggregators are interested not only the owners, but the media and the Internet, which is seriously increasing traffic due to transitions users from aggregators. The phenomenon of high popularity of news aggregators is linked to a number of factors, the nature of which can not be described from the standpoint of traditional instruments. In this article, the author addresses only some aspects of the new phenomena in an attempt to mark a substantive outline of the object.

Keywords: online journalism, news aggregators, news agencies, the traffic, content, internet.