В. А. Полынов

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ: ОПЫТ ТИПОЛОГИЗАЦИИ

Заметную роль в регионализации российского медиарынка играют информационные агентства. Находясь в центре информационных потоков и играя роль сектора, в котором происходит установление повестки дня, информагентства сохраняют эту позицию и на региональных рынках. В значительной степени этому способствует выход информагентств в сетевое пространство.

Типологизация агентств с присутствием в их контенте регионального компонента важна для понимания процессов регионализации, а также гармонизации территориальных компонентов в медиаконтенте всех СМИ. В формируемом перечне выделяются такие кластеры, как национальные (ТАСС, МИА «Россия сегодня», «Интерфакс») – федеральные информационные службы, в составе продуктов которых имеются региональные ленты; федеральные специализированные («Regnum», РБК, АСИ, «Местное самоуправление») – информационные агентства, имеющие различные виды специализации, в продуктах этих агентств много информации из регионов; межрегиональные («Северо-Запад», «Сибирское агентство новостей», «Ясно», «Новости УрФО») – агентства, ареал циркуляции которых охватывает несколько областей, поддерживающих горизонтальные связи; областные («altapress.ru»; РИАМО, «СеверПост.ру», «Запад24») – концентрируют внимание на новостях конкретных областей и регионов, являются центрами информационного взаимодействия в регионе; городские и местные («PenzaNews», «Саратовские новости», «Двина-информ», «IvanovoNews») – могут быть центром комьюнити, добывают уникальную первичную информацию; региональные специализированные («Волга-Медиа») – отдает предпочтение новостям культуры, социальной сферы, городской жизни в пределах региона.

Функционирование региональных информационных агентств имеет большое значение для сохранения целостности российского информационного пространства.