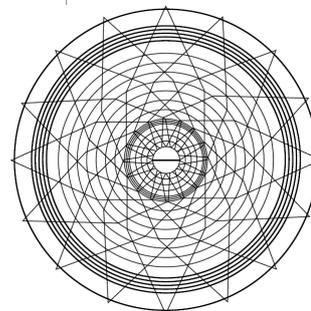


## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



# ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИА ТАСС И МИА «РОССИЯ СЕГОДНЯ» НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

**Рябов А. А.**

аспирант направления подготовки «Средства  
массовой информации и информационно-  
библиотечное дело» РАНХиГС при Президенте РФ  
(Москва, Россия)  
[art1896ryaboff@yandex.ru](mailto:art1896ryaboff@yandex.ru)

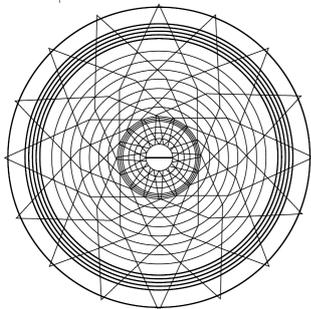
### Аннотация:

Получение достоверной, своевременной и эксклюзивной информации — один самых дорогостоящих процессов создания медиапродукта. Не каждое СМИ имеет финансовую возможность наладить данный процесс в полном объеме. В связи с этим особую роль в медиaprостранстве занимают информационные агентства, для которых получение и распространение информации является основным видом деятельности. Они выступают поисковиками, агрегаторами, обработчиками и распространителями оперативной, актуальной и эксклюзивной для общества информации. Важнейшую роль в этой системе играют государственные информационные агентства, обладающие наибольшими возможностями в области получения, верификации и распространения информации. В статье сопоставляется деятельность двух агентств — ТАСС и МИА «Россия сегодня» как важнейших «узлов» государственной системы информации. Рассматривается место этих агентств в медиасистеме России, положение на российском рынке медиапродуктов, специфика деятельности именно как государственных информационных агентств.

**Ключевые слова:** информационное агентство, государственное информационное агентство, ТАСС, МИА «Россия сегодня»

### Введение

Получение достоверной, своевременной и эксклюзивной информации — это очень дорогостоящий процесс в цикле производства медиапродукта, самостоятельно его могут обеспечить немногие СМИ. Поэтому особую роль на современном медиарынке занимают информационные агентства (ИА), функции которых — поиск, агрегирование, обработка и распространение информации, имеющей высокую социальную значимость. По данным исследования, газеты, радио, телевидение, и особенно новостные интернет-сайты, формируют до 90 % своих новостей с помощью ИА (Вирен, 2011). На сегодняшний день ситуация мало изменилась.



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

Сегодня медиасферу захватила волна fake news. На этом фоне государственные ИА по-прежнему стараются сохранить высокую планку профессиональных стандартов работы: для сбора и обработки первичной информации они задействуют огромные ресурсы, например, широкую сеть корреспондентских пунктов, используют развитую коммуникационную инфраструктуру, верифицируют источники, дают ссылки и т. п. Такой подход формирует ключевую ценность продуктов и услуг, реализуемых государственными ИА — надежность и оперативность информации.

Проблема состоит в том, что в открытом доступе находится крайне малое количество материалов, посвященных особенностям функционирования государственных ИА (из наиболее известных работ, которые стали теоретической основой нашего исследования, укажем: Вартанова и др. (2013), Сапунов (2007), Пологинов (2017)). Внимание ученых акцентируется в основном на журналистской стороне их деятельности. Между тем тот факт, что государственные ИА от лица государства несут ответственность за качество и достоверность распространяемой ими информации, значительно влияет на особенности их функционирования. Понимание этого позволит более объективно судить о качестве предоставляемого этими организациями контента, их роли в формировании общественного мнения.

Объектом нашего исследования стали государственные ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня». Именно они занимают две первых позиции в списке самых цитируемых российских ИА по итогам 2019 г. и являются ключевыми акторами российского медиаполя. Предмет исследования — особенности функционирования ТАСС и МИА «Россия сегодня» как государственных информагентств. Цель исследования — научное осмысление алгоритма и особенностей работы современных ИА для совершенствования практики их работы.

Мы полагаем, что особенности функционирования государственных ИА связаны с большим объемом работ по созданию собственных корреспондентских сетей, сбору всевозможной информации из различных источников, ее объективного освещения и создания на ее базе большого количества разнообразных медиапродуктов для различных групп потребителей, с учетом надежности и скорости сбора и обработки информации в соответствии с законодательством и нормативными документами.

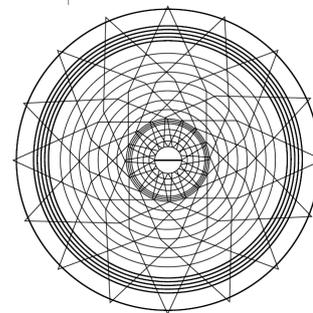
Ключевым методом исследования является сравнительный анализ как процедура, обеспечивающая расчленение сравниваемых явлений на составляющие и выявление их сходств и различий. Для получения информации для анализа использовался экспертный опрос.

В ходе исследования были поставлены следующие исследовательские вопросы: каковы особенности функционирования государственных ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня» и их отличия; кто является основными потребителями контента и услуг исследуемых ИА; действительно ли государственные ИА являются одним из центральных и важнейших элементов медиасистемы России,

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*



выполняя при этом роль проводников государственной информационной политики.

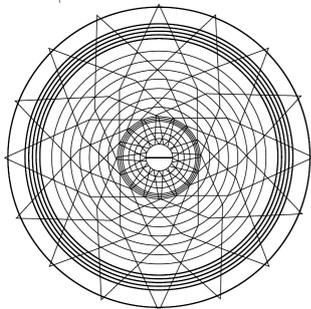
В основе эмпирической базы исследования лежат: официальные документы, данные об измерениях аудитории СМИ (проект Web-Index TNS Mediascope), нормативные правовые акты; официальные ресурсы и базы данных (ЕИС — Единая информационная система в сфере закупок, «СПАРК-Интерфакс»); сведения и материалы, полученные во время проведения экспертного опроса (10 структурированных экспертных интервью).

### **Государственные ИА, их место в медиасистеме**

Изучаемые нами ИА являются государственными СМИ. Согласно Федеральному закону от 13 января 1995 г. N 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», государственное федеральное СМИ — это «средство массовой информации, учредителем которого выступает федеральный орган государственной власти». Они являются источником качественных новостей и обслуживают все иные СМИ. ТАСС является центральным государственным ИА (Правительство РФ, 2004) в РФ. Более того, ТАСС является единственным российским ИА, которое было упомянуто в «Мировом каталоге информационных агентств» (World Directory of News Agencies Offices and Correspondents) (Aguiar, 2017).

Если говорить конкретно об учредителях, исследуемых нами ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня», то ими являются следующие государственные организации: ТАСС — Правительство РФ (осуществляет управление агентством совместно с Росимуществом); МИА «Россия сегодня» — РФ (полномочия собственника осуществляют федеральные агентства Роспечать и Росимущество). Назначение и освобождение от должности генерального директора ТАСС осуществляет Правительство РФ, а генерального директора МИА «Россия сегодня» — Президент РФ. Разница обусловлена тем, что в руках Президента находятся ключевые инструменты выработки и реализации внешней политики РФ, а основной задачей МИА «Россия сегодня» является освещение за рубежом государственной политики РФ и общественной жизни в России.

По закону государство лишь учреждает СМИ и поручает им определенные задачи, учредитель не имеет права вмешиваться в редакционную политику учрежденного им СМИ. Сам же факт постановки государством определенных задач, учрежденным им СМИ, ни в коем случае нельзя расценивать как вмешательство в их редакционную политику. Но вместе с тем именно «контроль задач» позволяет государству проецировать национальные интересы РФ в информационном пространстве. Фактически перед государственными ИА поставлена задача формирования «национальной семиотики», отражающей мнения и интересы различных этнических, классовых и гендерных групп» (Сапунов, 2007). Но всегда нужно учитывать, что государственные ИА являются проводниками государственной



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

информационной политики, которая призвана обеспечить стабильное развитие отечественной медиасистемы и государства в целом.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД), деятельность ИА (код 63-91) включает в себя: деятельность по сбору, обработке информации, производству и распространению новостных материалов, фотографий и других информационных материалов, по предоставлению научно-технической, правовой, статистической, социально-экономической, финансовой, коммерческой, отраслевой и прочей информации; деятельность журналистов и фоторепортеров. Изначально ИА не были предназначены для массового распространения информации, они работали для узкой категории потребителей — в основном для СМИ. С появлением интернета ситуация стала меняться и ИА через создание собственных интернет-сайтов вышли на широкую аудиторию, при этом сохранив связь со СМИ как с основными потребителями своих продуктов.

В то же время развитие интернета стало причиной серьезной проблемы для ИА. Цифровая эпоха уничтожила их преимущество в скорости доставки контента. Но неизменной осталась основная ценность их продуктов — надежность. ИА прикладывают большие дополнительные усилия по проверке качества и достоверности их контента. Тщательность в отборе и верификации информации позволяет ИА оставаться важнейшей частью медиасистемы, быть по сути отдельным видом СМИ.

Если обратиться к популярной классификации ИА (Вартанова, 2015), то и ТАСС, и МИА «Россия сегодня» являются по целевому назначению универсальными агентствами, по типу собственности — государственными, по масштабу распространения информации — межгосударственной службой с глобальной ориентацией. У ТАСС выходит информационная лента на английском языке, а Sputnik — ресурс МИА «Россия сегодня» — ведет свою работу на 32 языках, и его продукты востребованы далеко за пределами постсоветского пространства.

Для понимания особенностей функционирования ИА по сравнению с другими видами СМИ важно понять аудиторию этих агентств, т. е. ту коммуникативную общность, которая воспринимает эту информацию (Шариков, 2012). В условиях цифровизации ИА работают сразу для двух сегментов аудитории: B2C (Business to Consumer) и B2B (Business to Business), в то время такие виды медиа, как телевидение, радио, печатная пресса, интернет-сайты работают в основном для B2C аудитории.

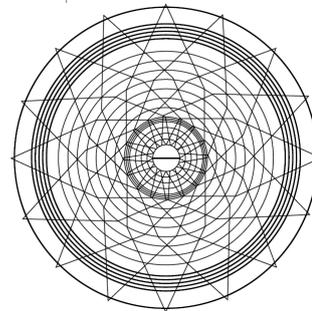
Поиск, сбор, обработка информации, ее распространение и хранение рассматриваются прежде всего как бизнес-процессы по созданию и реализации соответствующих продуктов и услуг<sup>1</sup>. Так, например, на стадии обработки

<sup>1</sup> Продуктом ИА можно считать новостные ленты, базы и банки данных, справочники, периодические издания и т. п. Среди услуг, предоставляемых ИА, можно выделить производство контента любого

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*



информации исходный материал необходимо превратить в сформированный контент, т. е. в информационный продукт. Это задача редакторов, к которым стекается информация от корреспондентов. Далее следует «упаковка» контента — принятие решения о форме и жанре, в которой та или иная информация дойдет до потребителя, особенно в условиях многообразия сред и способов ее доставки. Далее инженерная служба обеспечивает техническую часть процесса распространения информации, а коммерческую составляющую обеспечивает служба маркетинга. ТАСС и «Россия сегодня» работают в основном за счет госбюджета, но также частично реализуют бизнес-модель — предоставляют информационные и прочие услуги на коммерческой основе, самостоятельно извлекают доход от своей деятельности.

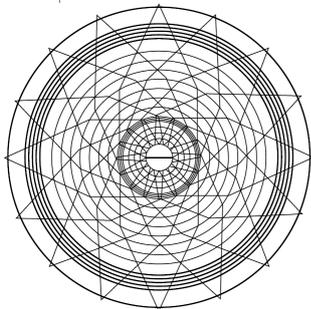
### **Общее описание исследуемых агентств**

ТАСС — старейшее ИА в нашей стране. 1 сентября 1904 г. было организовано Санкт-Петербургское телеграфное агентство (СПТА) — первое официальное ИА. Уже при советской власти, 7 сентября 1918 г. на его базе и при присоединении некоторых иных информационных бюро было создано «Российское телеграфное агентство при Всероссийском центральном исполнительном комитете» (РОСТА). Свое привычное название ТАСС (Телеграфное агентство Советского Союза) получило 10 июля 1925 г. Ему была вверена функция центрального информационного органа СССР, который имел полномочия делать информационные заявления по ключевым вопросам внутренней и внешней политики. С распадом СССР агентство получило новое название — «Информационное телеграфное агентство России» (1992 г.), сокращенно ИТАР-ТАСС. Аббревиатуру ТАСС оставили в наименовании агентства как дань уважения всемирно известному медиабренду. В 2014 г. агентству возвратили историческое название ТАСС. Данное решение стало частью новой бренд-политики, направленной на создание мощного и преемственного бренда государственного агентства.

В соответствии со своей бренд-концепцией, ТАСС является ведущим государственным ИА России, цель деятельности которого — освещение государственной политики и общественной жизни РФ, а также важнейших событий, происходящих за рубежом. Деятельность ТАСС характеризуется четырьмя основными принципами: «точность», «актуальность», «содержание», «сотрудничество» (ТАСС, н. д. а). При этом принцип «точности» стоит во главе угла деятельности ИА. Потребителями информационных продуктов ТАСС являются органы госвласти, а также более 1000 корпоративных подписчиков в России и за рубежом, среди которых СМИ, дипломатические представительства, финансовые компании, предприятия промышленного сектора, учебные и научные заведения и т. д. Корреспондентская сеть ТАСС насчитывает более 130 корпунктов в России и

---

формата, распространение информации, решения по хранению и обработке информации, передача контента, продвижение и монетизация информации.



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

за рубежом. Агентство имеет в своем составе международный мультимедийный пресс-центр, а в целом ТАСС проводит более 1000 крупных пресс-мероприятий. ТАСС располагает уникальным справочно-информационным фондом, который существует с 1918 г. и насчитывает 7 млн документов, доступ к которым может быть осуществлен в оперативном режиме.

Фактическим предшественником МИА «Россия сегодня» можно считать «Радио Коминтерна», вышедшее в эфир в 1929 г. Радио вещало на нескольких языках и заложило основу советского иновещания. В 1941 г. было организовано «Советское информационное бюро» (Совинформбюро). Его задачей была подготовка сводок для радио, газет и журналов о положении на фронтах, работе тыла, о партизанском движении. Спустя 20 лет, в 1961 г. произошли очередные коренные изменения: Совинформбюро было преобразовано в Агентство печати «Новости» (АПН), представители которого работали более чем в 120 странах мира. АПН «...издавало 60 иллюстрированных газет и журналов на 45 языках мира разовым тиражом 4,3 миллиона экземпляров» (РИА Новости, 2011). В 1990 г. было создано ИА «Новости» (ИАН), в дальнейшем — Российское информационное агентство «Новости» (РИА Новости). После целого ряда преобразований, согласно Указу Президента РФ от 9 декабря 2013 г. на базе различных подразделений РИА Новости и других организаций было учреждено Международное информационное агентство «Россия сегодня», которое функционирует и по сей день.

На данный момент МИА «Россия сегодня» является самым цитируемым российским ИА. В структуру агентства входит несколько ресурсов: Sputnik, «Прайм», «Недвижимость РИА Новости», РИА Новости, «Спорт РИА Новости», «Социальный навигатор», «ИноСМИ», «Рейтинг РИА Новости» и др.

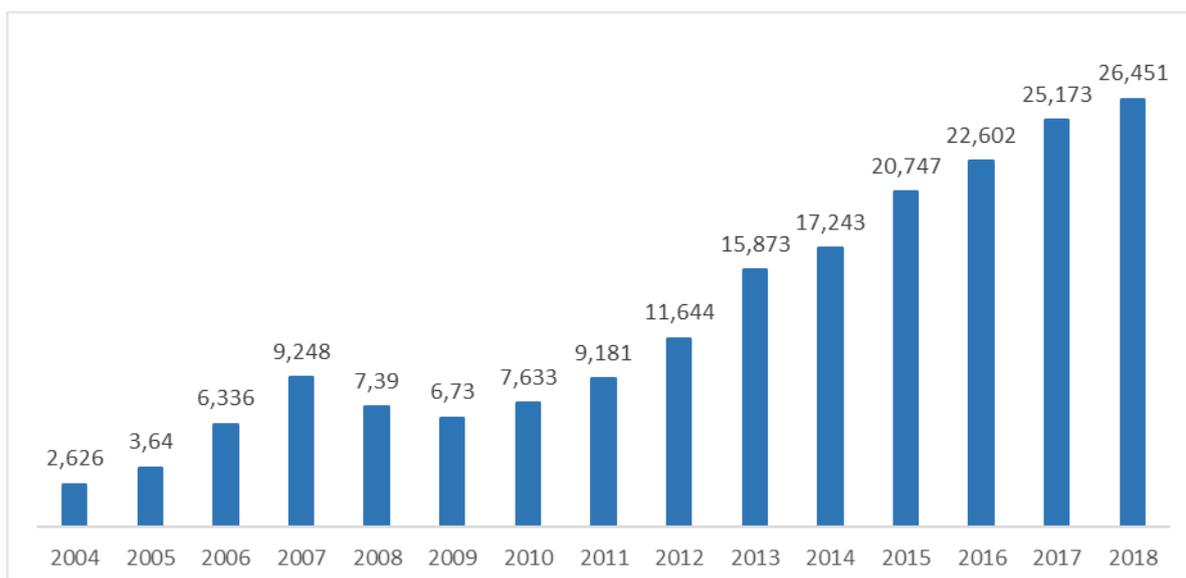
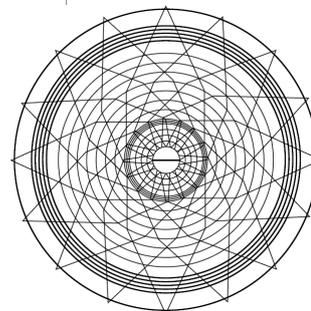
Но, разумеется, двумя игроками рынок российских ИА не ограничивается. В России Роскомнадзором по состоянию на 2018 г. было зарегистрировано 1342 ИА. В информационном ресурсе «СПАРК-Интерфакс» (н. д.) представлены сведения о деятельности 1015 ИА в РФ. При этом если Роскомнадзор брал за основной критерий подсчета лицензии, то «СПАРК-Интерфакс» основывал свой подсчет на тех организациях, у которых «деятельность ИА» была указана как основной вид деятельности согласно ОКВЭД (Коды ОКВЭД, н. д.). По нашему мнению, это более корректный подход.

Данные об объеме рынка продуктов и услуг российских ИА представлены на рис. 1, количество игроков на этом рынке указано на рис. 2 (СПАРК-Интерфакс, н. д.).

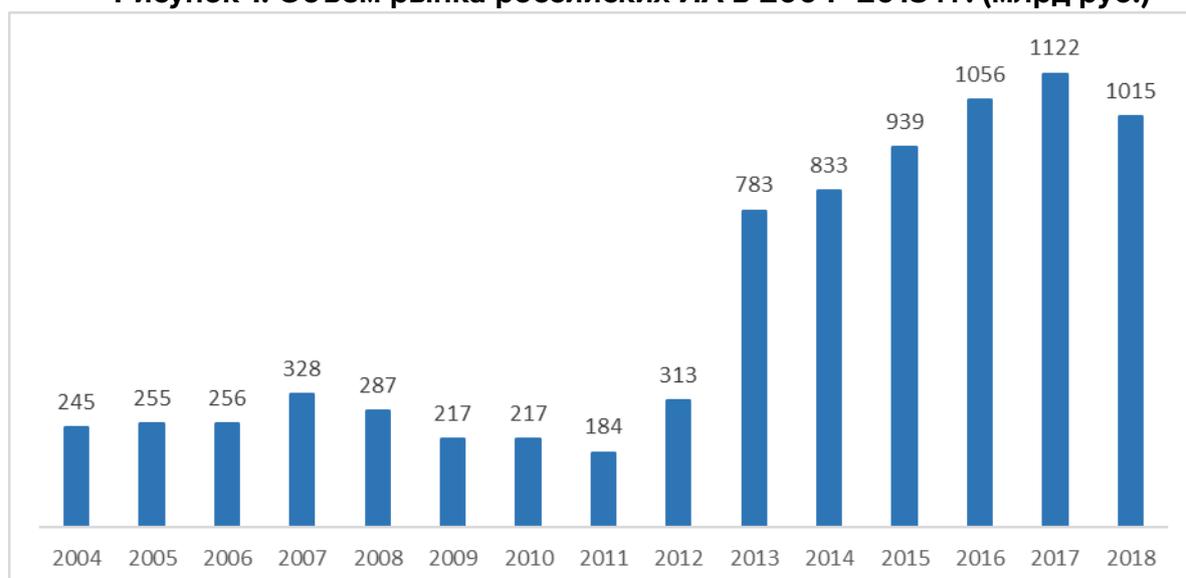
## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



**Рисунок 1. Объем рынка российских ИА в 2004–2018 гг. (млрд руб.)**

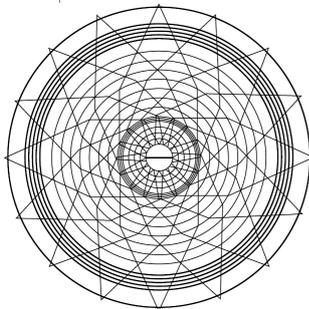


**Рисунок 2. Количество игроков рынка российских ИА в 2004–2018 гг.**

Таким образом, переломными стали 2012–2013 гг., когда значительно вырос объем рынка и рост числа агентств носил «взрывной характер». На наш взгляд, такая тенденция может являться следствием начала широкого внедрения в России стандарта связи 4G, что как раз наблюдалось в указанный временной период. Полномасштабное развитие высокоскоростного интернета в стране дало ИА новые технические возможности, что могло позитивно сказаться как на объеме рынка, так и на количестве его участников.

Сегодня<sup>2</sup> десятка самых крупных ИА контролирует 53,31 % рынка (представлены в табл. 1), а остальные 1005 агентств — 46,49 % соответственно. В

<sup>2</sup> Данные за 2018 год



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ

свою очередь «большая тройка» российских ИА (ТАСС, МИА «Россия сегодня» и «Интерфакс») контролирует 20,42 % рынка.

**Таблица 1. Топ-10 российских ИА за 2018 г.  
(по выручке от продаж) (СПАРК-Интерфакс, н. д.)**

п/п №	Название агентства	Выручка от продаж (руб.)	Доля на рынке ИА (%)
1	Компания «Teleperformance» (ООО «Директ Стар»)	2 922 114 000	11,0
2	«Интерфакс» (АО «ИА Интерфакс»)	2 875 866 000	10,9
3	«РБК» (АО «Росбизнесконсалтинг»)	1 733 044 000	6,6
4	«Россия сегодня» (ФГУП МИА «Россия сегодня»)	1 344 625 000	5,1
5	«ТАСС» ФГУП «ИТАР-ТАСС»	1 181 593 000	4,5
6	Телеканал «Shopping Live» (ООО «Шоппинг лайв»)	1 073 134 000	4,1
7	«Банки.ру» (ООО «ИА Банки.ру»)	993 443 000	3,8
8	Компания «Газпром Экспо» (ООО «Газпром Экспо»)	849 456 000	3,2
9	Коммуникационная группа «iMARS» (ООО «Аймарс медиа»)	714 281 000	2,7
10	Фармацевтическая компания «ОЗОН» (ООО «Озон Хелскеа»)	465 603 000	1,8

Следующим шагом нашего исследования станет анализ обратного количества фирм (Q) коэффициента концентрации (CR10). Показатель Q мы рассчитываем по формуле  $Q=1/N$ , где N – это общее количество фирм, действующих на рынке. Показатель CR10 рассчитываем по формуле, в которой CR – Concentration Ratio (коэффициент концентрации), а n – число ведущих фирм, по которому ведётся расчёт:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

Используя формулы для расчета данных показателей, мы получили следующие результаты:  $Q = 0.098\%$ ,  $CR_{10} = 53,51\%$ . Итак, степень концентрации на рынке российских информационных агентств можно охарактеризовать как довольно высокую. Несмотря на большое количество игроков, рынок информационных агентств в России, по своей сути, является олигопольным с сильным влиянием государства, а агентства ТАСС и «Россия сегодня» являются частью этой олигополии.

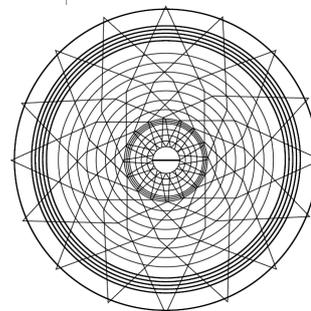
### **Уставная деятельность ФГУП ИТАР-ТАСС (ТАСС) и МИА «Россия сегодня»**

Если рассмотреть уставные предметы деятельности, то в целом они схожи у обоих агентств, но у МИА «Россия сегодня» список пунктов предмета деятельности гораздо обширнее, чем у ТАСС. К тому же МИА «Россия сегодня» использует гораздо более гибкие юридические формулировки, что позволяет расширять сферы своей деятельности в рамках существующего Устава. Но главное — МИА «Россия сегодня» ставит акцент на своей деятельности за

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



рубежом. Это и понятно, т. к. изначально МИА «Россия сегодня» больше ориентировано на зарубежных потребителей информации.

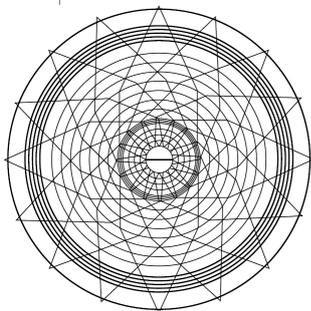
### **Сравнение площадок распространения ТАСС и МИА «Россия сегодня»: сходства и различия**

Для более глубокого исследования и сравнения особенностей функционирования ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня» нам необходимо определить основные площадки распространения ими медиаконтента. Если мы посмотрим на информационные интернет-ресурсы двух агентств (табл. 2), то преимущество у МИА «Россия сегодня».

**Таблица 2. Интернет-ресурсы ТАСС и МИА «Россия сегодня», 2020 г.**

<b>ТАСС</b>	<b>МИА «Россия сегодня»</b>
<b>Основной интернет-ресурс:</b> <a href="https://tass.ru/">https://tass.ru/</a>	<b>Основной интернет-ресурс:</b> <a href="https://россиясегодня.рф">https://россиясегодня.рф</a>
<b>Проекты:</b> «Это Кавказ»: <a href="https://etokavkaz.ru/">https://etokavkaz.ru/</a> «Дальний Восток»: <a href="https://dv.land/">https://dv.land/</a> «Парад Победы»: <a href="http://paradpobedy.ru/">http://paradpobedy.ru/</a> «Пресс-центр»: <a href="https://tass.ru/press">https://tass.ru/press</a> «Конференции»: <a href="https://conference.tass.ru/">https://conference.tass.ru/</a>	<b>Проекты:</b> РИА Новости: <a href="https://ria.ru/">https://ria.ru/</a> Sputnik: <a href="https://sputniknews.com/">https://sputniknews.com/</a> «Прайм»: <a href="https://1prime.ru/">https://1prime.ru/</a> «Недвижимость РИА «Новости»: <a href="https://realty.ria.ru/">https://realty.ria.ru/</a> «Спорт РИА «Новости»: <a href="https://rsport.ria.ru/">https://rsport.ria.ru/</a> «Социальный навигатор»: <a href="https://sn.ria.ru/sn/">https://sn.ria.ru/sn/</a> «ИноСМИ.РУ»: <a href="https://inosmi.ru/">https://inosmi.ru/</a> «РИА Рейтинг»: <a href="http://riarating.ru/">http://riarating.ru/</a> РИА Новости Крым: <a href="https://crimea.ria.ru/">https://crimea.ria.ru/</a> Украина.ру <a href="https://ukraina.ru/">https://ukraina.ru/</a> Интернет-ресурс фотослужбы МИА «Россия сегодня» на русском языке: <a href="http://VISUALRIAN.RU">VISUALRIAN.RU</a> Интернет-ресурс фотослужбы МИА «Россия сегодня» на английском языке: <a href="http://SPUTNIKIMAGES.COM">SPUTNIKIMAGES.COM</a>
<b>Сервисы:</b> «ФОТО-ТАСС»: <a href="https://www.tassphoto.com/ru">https://www.tassphoto.com/ru</a> «ТАСС-Бизнес»: <a href="https://tassbiz.ru/">https://tassbiz.ru/</a> «ТАСС-ONLINE»: <a href="https://tass-online.ru/">https://tass-online.ru/</a> «ИНФО-ТАСС»: <a href="http://info.itar-tass.com/login.aspx?si=2R">http://info.itar-tass.com/login.aspx?si=2R</a> «Страны мира сегодня»: <a href="http://www.sms-tass.ru/">http://www.sms-tass.ru/</a>	

Мы можем сказать, что РИА Новости и Sputnik используют более широкий спектр площадок для присутствия в социальных сетях: помимо традиционных ВКонтакте, Facebook, Twitter, Одноклассники, Instagram и Youtube, данные интернет-ресурсы имеют аккаунты и группы в Pinterest, Souncloud, в мессенджере Viber и «Яндекс Дзен». Проведя анализ количества подписчиков аккаунтов в социальных сетях интернет-ресурсов tass.ru, РИА Новости и Sputnik, мы сделали



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

суммарные арифметические подсчеты по каждому из указанных интернет-ресурсов и получили следующие цифры (табл. 3):

**Таблица 3. Суммарное количество подписчиков в социальных сетях<sup>3</sup>**

<b>Tass.ru</b>	<b>РИА Новости</b>	<b>Sputnik</b>
2 431 639	9 641 684	1 748 487

Подписчиков у МИА «Россия сегодня» суммарно 11 390 171, у ТАСС — в 4,7 раз меньше.

Итак, и ТАСС, и МИА «Россия сегодня» активно развивают доставку медиаконтента через цифровые среды: интернет-ресурсы, аккаунты и группы в социальных сетях, мобильные приложения. Но стоит заметить, что присутствие МИА «Россия сегодня» в данных цифровых средах гораздо шире как в плане количества развиваемых площадок, так и в плане того же количества загрузки мобильных приложений на устройства.

### **Информационные продукты ТАСС и МИА «Россия сегодня» и их конвергенция**

Для более глубокого исследования аспектов производства, распространения и продвижения медиаконтента ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня» определим перечень типов производимых ими информационных продуктов (табл. 4).

**Таблица 4. Информационные продукты ТАСС и МИА «Россия сегодня»**

<b>ТАСС (н. д. в)</b>	<b>МИА «Россия сегодня» (н. д.)</b>
- информационные ленты, - фото-видеоматериалы, - инфографика, - справочные сервисы и издания, - информационно-аналитические и периодические издания, - информационный банк данных.	- информационные ленты, - фотоматериалы, - инфографика, - рейтинги и аналитика, - подкасты, - радиопрограммы, - переводы с иностранных языков.

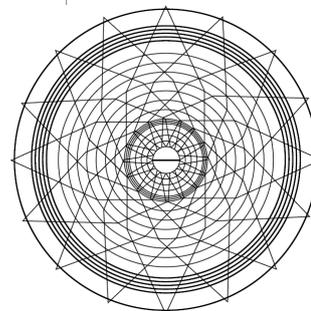
Типы деятельности агентств влияют и на структуру их доходов. Структура доходов так называемой «большой тройки» российских ИА от реализации ими своих продуктов и услуг выглядела следующим образом (Федеральное агентство..., 2018) (рис. 3).

<sup>3</sup> Данные актуальны на май 2020 года

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



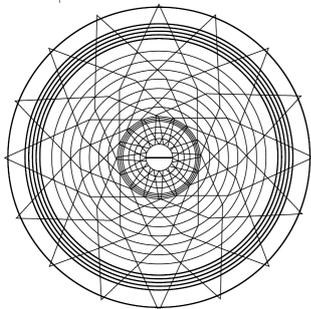
**Рис. 3. Структура доходов ведущих ИА («большой тройки») в 2018 г.**

По данным таблицы можно сделать вывод о том, что все ИА «большой тройки» практически в равной степени извлекают доход от реализации информационной продукции (ТАСС — 12,3 %; МИА «Россия сегодня» — 10 %), от услуг по организации мероприятий (ТАСС — 6,8 %; МИА «Россия сегодня» — 7 %) и от реализации коммуникационных услуг (ТАСС — 25 %; МИА «Россия сегодня» — 28 %). Но в других сегментах продуктов и услуг исследуемые ИА показывают совершенно разные объемы доходов. У МИА «Россия сегодня» наблюдается существенное преимущество в сегменте «реклама в интернете»: 43 % против 16,7 % у ТАСС. В свою очередь, ТАСС имеет преимущество в реализации визуальной продукции (39,2 % против 12 % у МИА «Россия сегодня»). Стоит отметить, что ТАСС и МИА «Россия сегодня» получают невысокие доли доходов от реализации информационных продуктов, а больше извлекают доход от рекламы в интернете. Здесь же стоит отметить, что львиную долю доходов у ТАСС составляют доходы от реализации визуальной продукции, что логично, так как ТАСС располагает очень мощной фотослужбой с огромным фотобанком и в высокой степени профессиональными и опытными фотожурналистами.

### **Анализ и сравнение аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня»**

Оба ИА работают одновременно с двумя сегментами аудитории: B2B и B2C. Источником данных для анализа B2C аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня» стали открытые ежемесячные отчеты измерения интернет-аудитории СМИ компании Mediascope (н. д.) за период с января 2016 г. по апрель 2019 г.<sup>4</sup> Мы проводили анализ B2C аудитории исследуемых ИА по следующим показателям:

<sup>4</sup> Касаясь хронологических рамок исследования, необходимо сделать уточнение: в апреле 2019 г. компания Mediascope перестала публиковать отчеты об аудитории интернет-сайтов и стала развивать проект «Дэшборд». По неизвестным нам причинам на сайте компании перестали публиковаться какие-либо статистические данные об аудитории ресурсов МИА «Россия сегодня», в связи с чем по многим исследуемым показателям пришлось ограничиться временными рамками 2016–2018 гг.



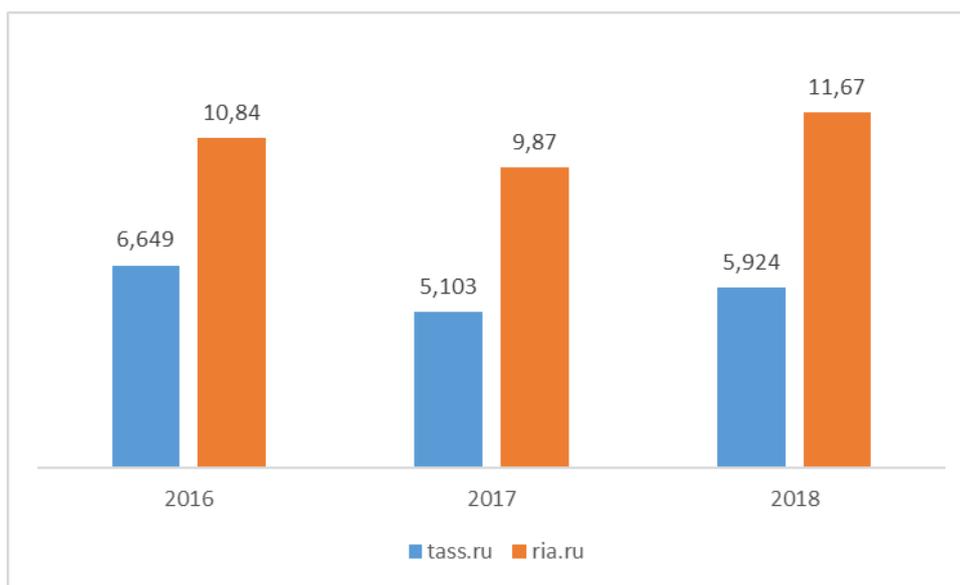
## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

величина аудитории, пол, возраст, социальное положение, достаток. Нашей задачей стало выявление среднего значения перечисленных показателей за указанный период времени и таким образом формирование портрета В2С аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня», а также анализ динамики его изменения.

По итогам подсчета мы получили следующие показатели аудитории (рис. 4):



**Рисунок 4. Динамика изменения средней величины показателя Reach<sup>5</sup> аудитории интернет-сайта tass.ru и ria.ru в 2016-2018 гг. (млн. пользователей).**

На рисунке видно, что в среднем величина аудитории интернет-сайта ria.ru почти в 2 раза выше, чем у tass.ru. На наш взгляд, это можно объяснить тем, что МИА «Россия сегодня» в целом уделяет гораздо большее внимание продвижению своих брендов во внешней среде, в частности в социальных медиа, чем ТАСС.

Что касается гендерной структуры аудитории изучаемых интернет-ресурсов, то здесь мы не наблюдаем принципиальных различий между ТАСС и МИА «Россия сегодня». У обоих агентств сильно выражено преобладание мужской аудитории по сравнению с женской. В среднем в 2016–2018 гг. мужской сегмент аудитории составлял 56–57 % от всех пользователей, а женский 42–43 %.

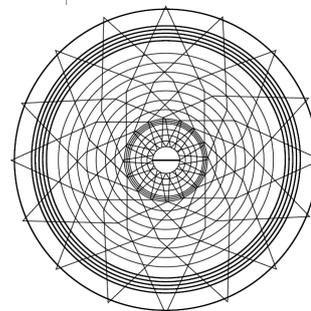
Анализ возрастной структуры аудитории tass.ru и ria.ru не выявил принципиальных различий. Основной аудиторией являются лица 55–64 лет (около 25 %). На втором месте по удельному весу сразу три группы: 45–54 лет, 35–44, 25–34. Они занимают в среднем по 20 % аудитории каждая. Молодежь до 24 лет составляет около 12 % аудитории. Анализируя данные о социальном положении пользователей интернет-сайтов tass.ru и ria.ru, мы также выявили практически полное сходство двух агентств по социальной структуре аудиторий.

<sup>5</sup> Количество человек, заходивших на сайт / в мобильное приложение хотя бы 1 раз за месяц. Выражено в тысячах человек.

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*



Основными пользователями являются специалисты (в среднем 30–31 %), руководители (19–20 %) и служащие (15 %).

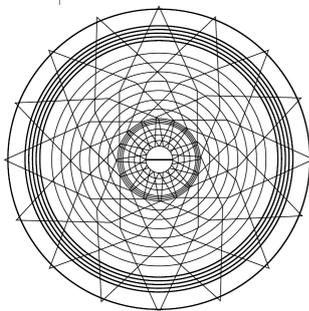
Что касается уровня достатка, то и здесь аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня» практически идентичны. Примерно 45–46 % аудитории данных агентств может позволить покупать дорогие вещи, 41 % не испытывает нехватки средств на еду и одежду. Остальные группы выражены незначительно. Уровень достатка аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня» можно охарактеризовать как «средний» и «выше среднего».

Ядром В2С аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня» являются работающие мужчины в возрасте 25–64 лет, занимающие позиции специалистов, руководителей, служащих на государственной службе, в госкомпаниях, учреждениях и предприятиях, а также в крупных частных компаниях, уровень достатка которых можно охарактеризовать как «средний» и «выше среднего».

Источником данных для анализа В2В аудитории ТАСС и МИА «Россия сегодня» стала Единая информационная система в сфере закупок, более известная как портал Госзакупки. Мы изучали агентства ТАСС и МИА «Россия сегодня» как поставщиков информационных продуктов и услуг различным организациям. К сожалению, нам не удалось получить данные о том, какие частные компании и организации являются потребителями продуктов и услуг, изучаемых ИА, так как данная информация является конфиденциальной даже в самих ТАСС и МИА «Россия сегодня». По этой причине в поле нашего зрения попали исключительно государственные контракты ТАСС и МИА «Россия сегодня».

Нам удалось сделать примерный обсчет 758 контрактов, из которых в 439 случаях поставщиком продуктов и услуг являлся ТАСС, а в 319 случаях — МИА «Россия сегодня». Анализировались завершенные контракты за период с 1 января 2014 г. по 1 апреля 2020 г. Проанализировав данные по показателю «типы заказчиков», нам удалось получить информацию о том, что основными типами В2В клиентов, исследуемых ИА, являются СМИ и издательства, федеральные, региональные и муниципальные органы власти, образовательные организации, пресс-службы различных организаций, государственные компании и иные госучреждения, акционерные общества, банки. Единственное отличие по этому аспекту между ТАСС и МИА «Россия сегодня» заключается в том, что у ТАСС гораздо меньше доля контрактов от региональных властей (39 % против 51 % у МИА «Россия сегодня») и федеральных властей (5 % против 13 %). В тоже время МИА «Россия сегодня» меньше работает с другими госорганизациями (8 % против 17 % у ТАСС). Что касается территориального расположения заказчиков, то и у ТАСС, и у МИА «Россия сегодня» демонстрируется практически одинаковая география заказчиков, львиная доля которых находится в регионах РФ (более 60 %).

Анализируя количество завершенных госконтрактов ТАСС, а также категории их цен и их среднее значение, можно сделать вывод о том, что самым удачным для ТАСС стал 2017 г. В это время ТАСС исполнил 91 госконтракт на сумму 1 184



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

646 000 рублей. Средняя цена одного госконтракта за данный период составила 3 961 339 рублей. В целом за период с 2014 по апрель 2020 гг. больше всего реализовывались контракты в ценовом диапазоне 1 млн – 9,999 млн. рублей (43 %) и 100 тыс. – 499 тыс. рублей (33 %). Если оценивать динамику реализации ТАСС госконтрактов, то можно отметить, что с 2014 г. наблюдался резкий рост до максимальной точки в 2017 г., и затем — точно такая же по своей интенсивности обратная тенденция.

Если говорить о завершенных госконтрактах МИА «Россия сегодня», то самым удачным для этого агентства стал 2019 г.: было исполнено 70 госконтрактов на сумму 230 683 696 рублей. Средняя цена одного госконтракта за данный период составила 20 513 263 рублей. В целом за период с 2014 по апрель 2020 гг. было реализовано больше всего контрактов в ценовом диапазоне 1 млн – 9,999 млн. рублей (64 %) и 100 тыс. – 499 тыс. рублей (33 %). Если оценивать динамику реализации МИА «Россия сегодня» госконтрактов, можно отметить, что с 2014 г. наблюдался резкий рост, а потом стабильный рост числа завершенных госконтрактов до максимальной точки в 2019 г.

Сопоставляя типы услуг, реализуемых ТАСС и МИА «Россия сегодня» по госконтрактам на протяжении 2014–2020 гг., можно проследить следующую тенденцию: оба агентства больше реализуют контрактов по оказанию услуг по освещению деятельности, информационному сопровождению, информационной поддержке, информационному обслуживанию организаций, при этом у МИА «Россия сегодня» этот показатель выше (35 % против 28 % у ТАСС); услуг по созданию и распространению информационных материалов (сообщений) (20 % у обоих агентств), а также услуг по письменному переводу материалов (11 % у ТАСС против 8 % у МИА «Россия сегодня»). Помимо этого, у МИА «Россия сегодня» также пользуются популярностью среди заказчиков рекламные, маркетинговые, консалтинговые услуги (9 %), а у ТАСС — услуги по организации и проведению мероприятий (7 %), а также спонсорские вклады (8 %).

Также мы оценили соотношение выручки от госконтрактов ТАСС и МИА «Россия сегодня» к их общей годовой выручке от продаж и получили следующие результаты (табл. 5):

**Таблица 5.**

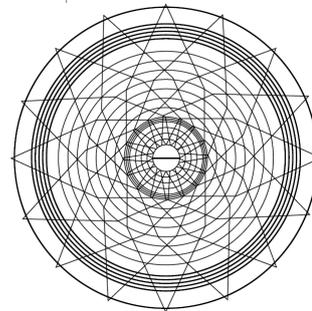
**Соотношение выручки от госконтрактов к общей выручке от продаж**

Год	ТАСС			МИА «Россия сегодня»		
	Выручка от продаж (руб.)	Госконтракты (руб.)	Доля	Выручка от продаж (руб.)	Госконтракты (руб.)	Доля
2014	627 268 000	63 166 711	10%	436 868 000	118 069 674	27%
2015	882 484 000	225 909 911	25,5%	811 23 000	656 443 622	80,9%
2016	1 143 169 000	295 595 786	25,8%	955 759 000	165 750 826	17,3%
2017	1 184 646 000	360 481 826	30,4%	1 032 989 000	108 263 415	10,4%
2018	1 181 593 000	130 299 699	11,02%	1 344 625 000	166 629 306	12,3%
Ср.знач	1 003 832 000	215 090 786,6	21%	916 272 800	243 031 368,6	30%

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



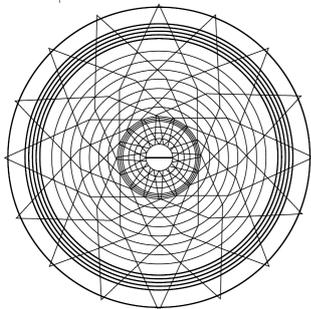
### **Результаты проведения экспертного опроса, касающегося особенностей функционирования ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня»**

В ходе исследования особенностей функционирования ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня» нами был использован метод структурированного экспертного интервью. Участвовало 10 экспертов, занимающих высокие должностные позиции в ИА или ведущих исследования в области теории и практики медиа. Выбор данных экспертов был обусловлен их высокой степенью компетентности в исследуемой нами теме, а также их высоким профессиональным статусом в отечественной медиасфере. Экспертам были заданы следующие вопросы:

1. В чем, на Ваш взгляд, заключается специфика бизнеса в области ИА?
2. Чем, на Ваш взгляд, обусловлена лидирующая позиция государственных ИА на рынке российских ИА?
3. Какой сегмент целевой аудитории, на Ваш взгляд, представляет для государственного информационного агентства наибольший интерес: B2B или B2C?
4. В чем заключаются особенности функционирования государственных ИА и их отличия от частных ИА?
5. Какие основные продукты создают государственные ИА и в чем их ценность?
6. Наблюдаются ли принципиальные различия в наборе ключевых бизнес-процессов между государственными ИА и частными, или все крупные ИА функционируют приблизительно по одной схеме?
7. Охарактеризуйте, пожалуйста, в общих чертах ключевые бизнес-процессы ТАСС (МИА «Россия сегодня»). Вопрос задавался только сотрудникам этих агентств.

Проанализировав и суммировав мнения всех экспертов по вопросам гайда, мы пришли к выводу о том, что специфика бизнеса ИА заключается в следующем: оперативность, производство большого объема новостного контента, многократность продажи продукта и его высокая добавленная стоимость, работа на два сегмента аудитории (B2B и B2C). С одной стороны, ИА являются первоисточником информации, а с другой, их продукты — сырье для создания новых информационных продуктов и форматов.

Основной причиной лидерства государственных ИА на рынке, по мнению экспертов, является их финансовая государственная поддержка. К другим причинам успеха исследуемых ИА на рынке эксперты отнесли: максимальный охват аудитории и максимально широкий круг освещаемых ими тем и сфер жизни общества; принадлежность к огромной государственной информационной системе, которую в совокупности образуют крупные государственные медиа; а также готовность тратить значительные средства на внедрение новых технологий в свою работу. Также в число преимуществ



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

государственных ИА можно добавить их огромные ресурсы и эмпирический опыт, широкую корреспондентскую сеть как по России, так и за рубежом, а также работу в круглосуточном режиме и безусловный кредит доверия со стороны читателей.

Для государственных ИА важны оба сегмента аудитории: и B2B, и B2C. Это соотношение можно охарактеризовать как ориентацию государственных ИА в основном на B2B сегмент с четко выраженным стремлением к B2C. Через ориентацию исключительно на B2B сегмент невозможно добиться столь значительной степени влияния и узнаваемости бренда государственного ИА. Также сюда можно отнести стагнацию развития B2B сегмента аудитории ИА и активный рост B2C сегмента за счет молодого поколения активных пользователей интернета.

Особенности функционирования государственных ИА связаны, в конечном счете, с их «государственностью», обслуживанием государственных интересов. Это обуславливает повестку дня, обеспечивает их более высокую финансовую стабильность за счет субсидий от государства. Отличие особенностей функционирования государственных ИА от частных, по мнению экспертов, заключается в распространении информации прежде всего из официальных источников, меньшей оперативности государственных ИА, а также в работе над крупными государственными информационными проектами, такими как зимние Олимпийские игры в Сочи 2014 г. или «Дальневосточный гектар», чего частные агентства не могут себе позволить в силу ограниченности их средств и ресурсов по сравнению с государственными.

Основными продуктами и услугами государственных ИА являются информационные ленты, фото- и видеоконтент, тематические и международные интернет-сайты, соцсети, пресс-конференции, аналитические обзоры и спецпроекты и др. Главной ценностью продуктов и услуг государственных ИА можно назвать надежность. Бизнес-процессы государственных и частных ИА, по мнению экспертов, схожи между собой, но их специфика обусловлена поставленной перед ТАСС и МИА «Россия сегодня» задачей по государственному информированию. Государственные и частные ИА функционируют приблизительно по одной схеме лишь с некоторой небольшой спецификой, касающейся менеджмента. Также ярким отличием изучаемых ИА является присутствие в МИА «Россия сегодня» кластера инноваций.

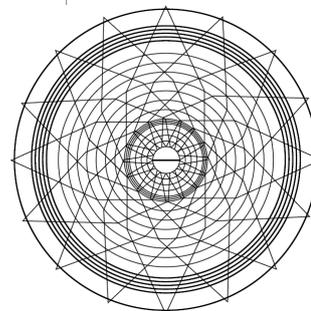
Оба исследуемых агентства активно развивают конвергенцию своих продуктов и успешно добиваются их популярности на медиарынке. К основным бизнес-процессам государственных ИА можно отнести производство и выпуск информации, а также ее дистрибуцию.

Таким образом, особенности функционирования ТАСС и МИА «Россия сегодня» во многом схожи, но при этом между ними прослеживаются отличия некоторых бизнес-процессов, финансовых показателей, а также в подходах к реализации возложенных на них государством задач. При этом мы убедились в том, что, несмотря на свои низкие финансовые показатели без учета субсидий,

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*



ТАСС и МИА «Россия сегодня» являются высокоэффективными ИА, так как они покрывают значительную часть информационного поля РФ.

### **Заключение**

Подводя общий вывод настоящей работе, можно сказать, что государственные ИА ТАСС и МИА «Россия сегодня» действительно занимают важнейшее место в структуре медиасистемы России и принимают активное участие в реализации государственной информационной политики. В целом ТАСС и МИА «Россия сегодня» схожи в особенностях своего функционирования. У них почти идентичный портрет аудитории внутри страны, они предоставляют схожий перечень информационных продуктов и услуг своей аудитории и клиентам, также в целом схожи их бизнес-процессы и финансовые показатели. Стоит отметить, что оба агентства активно внедряют инновации в свою работу.

Но нам также удалось выявить существенные различия в работе исследуемых нами ИА, ключевым из которых является то, что МИА «Россия сегодня» сосредотачивает основные силы на зарубежной аудитории.

Касаясь бизнес-процессов, можно отметить, что, несмотря на схожесть перечня реализуемых продуктов и услуг, каждое агентство имеет преимущество в конкретном кластере. Так, МИА «Россия сегодня» имеет кластер онлайн-радиовещания, чего нет в ТАСС. МИА «Россия сегодня» использует более широкий перечень площадок для распространения своего контента. Также наблюдаются существенные различия в предоставляемом объеме субсидий ТАСС и МИА «Россия сегодня», что обусловлено наличием у последнего кластера «иновещания».

Полученные результаты исследования подтверждают выдвинутую нами гипотезу и дают ответ на поставленные исследовательские вопросы.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

Рансьер, Ж. (2018). Эмансипированный зритель. Красная ласточка.

Фишер-Лихте, Э. (2015). Эстетика перформативности. Международное театральное агентство «Play&Play» — Издательство «Канон +».

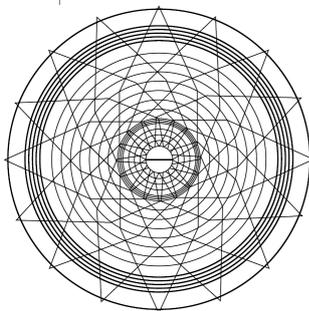
Хантельманн фон, Д. (2017). Эмпирический поворот. Художественный журнал, (103). <http://moscowartmagazine.com/issue/64/article/1350>

Anderson, L. (2018). All the things I lost in the flood: Essays on pictures, language and code. Rizzoli Electa.

Anderson, L., Celant, G. (1998). Laurie Anderson, Dal Vivo. Fondazione Prada.

Anderson, L., el Gharani, M. (2015). Habeas Corpus Program. Park Avenue Armory.

Bishop, C. (2012). Artificial Hells. Participatory Art and the Politics of Spectatorship. Verso.



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

Chua, E. J. (2006). Laurie Anderson's Telepresence. *Postmodern Culture*, 16(2).  
<http://pmc.iath.virginia.edu/issue.106/16.2chua.html>

Feldman, K. (2018). You (Shall) Have the Body: Patterns of Life in the Shadow of Guantánamo. *The Comparatist*, 42, 189–203.

Goldberg, R. (2000). Laurie Anderson. Harry N. Abrams, Inc.

Hannah, D. (2011). Event-space: performance space and spatial performativity. In J. Pitches, S. Popat, M. Wallis (Eds.), *Performance Perspectives: A Critical Introduction* (pp. 54–63). Palgrave Macmillan.

Hanusiak, X. (2015, October 22). Laurie Anderson's Habeas Corpus. *Music&Literature*.  
<https://www.musicandliterature.org/reviews/2015/10/21/laurie-andersons-brihabeas-corpusi>

Jestrovic, S. (2004). From the Ice Cube Stage to Simulated Reality: Place and Displacement in Laurie Anderson's Performances. *Contemporary Theatre Review*, 14(1), 25–37.

Johnson, R. (2015, October 15). Impressions of: Laurie Anderson's «Habeas Corpus». *The Dance Enthusiast*.  
<https://www.dance-enthusiast.com/features/impressions-reviews/view/Laurie-Anderson-Park-Avenue-Armory>

Omlin, S. (2013). Perform the Space: Performance Art (Re)Conquers the Exhibition Space. *On-Curating.org*, 15(12), 3–12.

Park Avenue Armory. (2015). Habeas Corpus. Laurie Anderson.  
[http://armoryonpark.org/index.php/programs\\_events/detail/laurie\\_anderson](http://armoryonpark.org/index.php/programs_events/detail/laurie_anderson)

Ross, A. (2015, October 12). Monumental. *The New Yorker*.  
<https://www.newyorker.com/magazine/2015/10/19/monumental-musical-events-alex-ross>

Schechner, R. (1994). *Environmental theater*. Applause.

Sibert, A. (2017). Identifying with Presence, Absence, and Identity in Laurie Anderson and Mohammed el Gharani's Habeas Corpus. In G. Herren (Ed.), *Text & Presentation* (pp. 47–61). McFarland Publishing.

Sone, Y. (2005). Sensory otherness in Laurie Anderson's work. *Body, Space & Technology*, 5(1). <http://doi.org/10.16995/bst.188>

Vágnerová, L. (2016). *Sirens/Cyborgs: Sound Technologies and the Musical Body*. Columbia University.

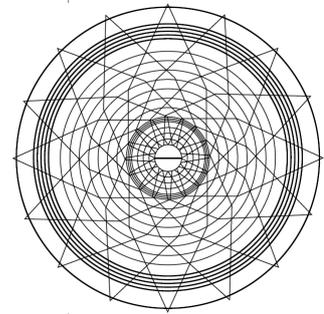
Varon, J. (2015, October 22). The Guantánamo Saga in Laurie Anderson's "Habeas Corpus". *Public Seminar*.  
<https://publicseminar.org/2015/10/the-guantanamo-saga-in-laurie-andersons-habeas-corpus/>

Voegelin, S. (2010). *Listening to Noise and Silence. Towards a Philosophy of Sound Art*. Continuum.

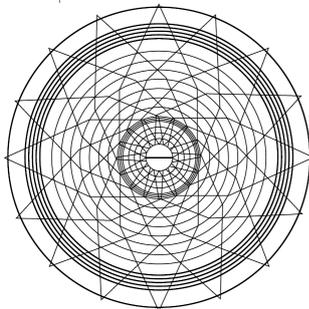
## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



Вума, С. (2015, October 20). To Aestheticize Politics. The nebulous function of political art. Guernica. <https://www.guernicamag.com/chloe-wyma-to-aestheticize-politics/>



## [Научные статьи]

Рябов А.А.

*Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ*

### FEATURES OF THE OPERATION OF TASS AND “RUSSIA TODAY” INFORMATION AGENCIES AT PRESENT STAGE: COMPARATIVE ANALYSIS

**Ryabov A.A.**

Student of the Doctoral Programme “Mass Media, Information and Library Science” at the RANEPА under the President of the Russian Federation (Moscow, Russia)  
[art1896@yandex.ru](mailto:art1896@yandex.ru)

#### **Abstract:**

Obtaining reliable, timely and exclusive information is one of the most expensive processes during media product creation. Not every media has the financial ability to establish this process in full. In this regard, a special role in the media space is occupied by news agencies, which main activity is to gain and distribute the information. They act as search engines, aggregators, processors and distributors of timely, relevant and exclusive information for society. The most important role in this system is played by state news agencies, which have the greatest opportunities to obtain, verify, and distribute information. The article compares the activities of two agencies — TASS and "Russia Today" as the most important "nodes" of the state information system. The article considers the place of these agencies in the Russian media system, the position on the Russian market of media products, and the features of their operation as state-owned news agencies.

**Keywords:** information agency, state information agency, TASS, Russia Today.

#### **REFERENCES**

Aguiar, P. (2017). World directory of news agencies offices and correspondents. [https://www.academia.edu/32631956/World\\_Directory\\_of\\_News\\_Agencies\\_Offices\\_and\\_Correspondents\\_EXCERPT\\_](https://www.academia.edu/32631956/World_Directory_of_News_Agencies_Offices_and_Correspondents_EXCERPT_)

Federal'noe agentstvo po pečati i massovym kommunikatsiyam (2018, August 14). Otchet rukovoditelya FGUP MIA «Rossiya segodnya» za 2017 god. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/spesialist/2017/item2.html>

Juntunen, L., & Nieminen, H. (2019). The future of national news agencies in Europe — case study 3: the changing relationship between news agencies and the state. LSE Research Online. <http://eprints.lse.ac.uk/100066/>

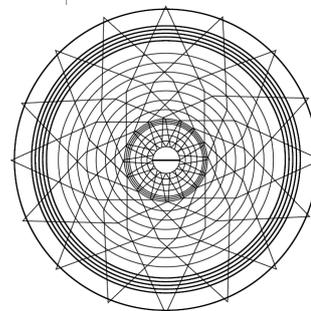
Kody OKVED. (n. d.). Rasshifrovka kodov OKVED i ikh klassifikatsiya 2020 god. Retrieved April 16, 2020. <https://xn----dtbec0aczcl1.xn--p1ai/#10>

Mediascope. (n. d.). Proekt WEB-Index TNS Mediascope. Retrieved April 16, 2020. <https://mediascope.net/data/>

## [Научные статьи]

Рябов А.А.

Особенности функционирования ИА ТАСС  
и МИА «Россия сегодня» на современном этапе:  
сравнительный анализ



Polynov, V. A. (2017). Regional'nye informatsionnye agentstva v novoy kommunikatsionnoy srede. Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki, 6(1). <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-informatsionnye-agentstva-v-novoy-kommunikatsionnoy-srede/viewer>

Pravitel'stvo RF. (2004). Postanovlenie ot 22 November 2004 g. N 667 «Ob ustave Informatsionnogo telegrafnogo agentstva Rossii». Prilozhenie k postanovleniyu Pravitel'stva RF ot 22 November 2004 g. N 667. <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=67707>

RIA Novosti. (2011, March 1). Istoriya agentstva pechati «Novosti» (APN). <https://ria.ru/20110301/340763479.html>

Rossiya Segodnya. (n. d.). Lentya. <http://xn--c1acbl2abd1kab1og.xn--p1ai/newswire/>

Sapunov, V. I. (2007). Funktsionirovanie zarubezhnykh informatsionnykh agentstv v sovremennoy mediasisteme [Doctoral dissertation, Voronezhskiy gosudarstvennyy universitet]. Static.freereferats.ru. [https://static.freereferats.ru/\\_avtoreferats/01004244587.pdf](https://static.freereferats.ru/_avtoreferats/01004244587.pdf)

Sharikov, A. V. (2012). Zakony teleauditorii: opyt empiricheskikh issledovaniy. Nauka televideniya, (9), 33–50. <https://cyberleninka.ru/article/n/zakony-teleauditorii-opyt-empiricheskikh-issledovaniy/viewer>

SPARK-Interfax. (n. d.). O sisteme. <http://www.spark-interfax.ru/ru/about>

TASS. (n. d. a). Ob agentstve. <https://tass.ru/tass-today>

TASS. (n. d. b). Onlayn prodazha produktov i servisov. <https://www.tass-online.ru/?page=products&langID=1>

Vartanova, E. L. (2015). Mediasistema Rossii, ucheb. posobie dlya vuzov. Aspekt-Press.

Vartanova, V. L., Viren, G. V., Frolova, T. I. (2013). Tipologiya informatsionnykh agentstv. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika, (3), 6–30.

Viren, G. V. (2011). Printsipy sozdaniya novostnykh tekstov v rossiyskikh informatsionnykh agentstvakh [Candidate dissertation, MGU im. M. V. Lomonosova]. Nauchnaya elektronnyaya biblioteka Elibrary.ru <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19351284>