**Реализация идеи конвергенции на примере российских изданий**

**Введение**

Как показывает опыт, для внедрения конвергированного продукта необходимо не только время, но и значительные финансовые вложения. Затраты можно подразделить на технологические (работы программистов по внедрению нового типа контента и поддержке его системой управления, работы дизайнеров по представлению нового типа контента на ресурсе, покупка оборудования для производства новых типов контента) и собственно человеческие. Даже если предположить, что «универсальный журналист» снявший видео или фото, сможет на начальном этапе самостоятельно их обработать, используя имеющееся оборудование, то при использовании фотографий других информационных агентств, мониторинге зарубежных фотобаз и собственного архива, монтировании и озвучивании видео-контента, производстве инфографики – для этого требуется ежедневная работа целого штата людей. Очевидно, что подобные затраты могут позволить себе только крупные и успешные медиакомпании.

Большинство российских медиа-холдингов по примеру западных коллег включаются в процесс конвергенции. Практически каждая газета имеет свой интернет-портал, некоторые – радиостанцию и телекомпанию.

На мой взгляд, в процессе перехода к производству конвергированного продукта прослеживается принцип «максимум затрат – максимум результата». Чем более полным и основательным будет переход работы на новые рельсы, тем на более длительный срок хватит технической базы до момента, когда она станет устаревать, тем более современным будет результат, тем больше шансов, что продукт будет лучше и уникальнее, чем у конкурентов.

Ведущие деловые издания России, газеты «Ведомости», «РБК Daily» и «КоммерсантЪ» встали именно на такой путь, взяв ориентир на конвергенцию и изменив свои традиционные редакции на конвергентные, интегрировав работу печатных и цифровых версий. Теперь они производят принципиально новый информационный продукт, о чем речь пойдет ниже.

**1. Медиа-холдинг «РосБизнесКонсалтинг»**

История медиа-холдинга «РосБизнесКонсалтинг» насчитывает более 15 лет. За это время из небольшого информационного агентства «РБК» вырос в мультимедийную компанию, которая ведет деятельность в сегментах интернета, телевидения и прессы. Основным фокусом компании является интернет: «РБК» владеет и управляет 20 популярными он-лайн ресурсами (бренд CNews) и сервисами, включая ведущий российский деловой портал www.rbc.ru. Компании также принадлежит единственный в России телевизионный канал деловых новостей «РБК-ТВ», два печатных издания – деловая ежедневная газета «РБК daily» и деловой ежемесячный журнал «РБК», а также издательский дом, специализирующийся на журналах об интерьере: «Идеи Вашего Дома» и «Salon Interior». Целевая аудитория, по словам Константина Рясенцева, генерального директора «СМТП Пресс» (структура в составе РБК), ориентирована «на людей, играющих ключевую роль в становлении современной России: рассчитывающих в жизни на себя, на свои интеллект, талант, знания, работоспособность. «РБК» предоставляет им информацию и технологии, которые помогают добиться успеха. Основу нашей аудитории составляют люди с высшим образованием и доходами выше среднего. Это люди, которые понимают, к чему они стремятся, знают пути достижения своих целей, анализируют риски и умеют их минимизировать».

**www.rbc.ru**

**www.rbc.ru** – информационный портал агентства «РБК»**.** Ежедневно сервис посещает более 200 тысяч посетителей, а ежемесячная аудитория превышает 700 тысяч посетителей. По данным исследовательской компании TNS, российская аудитория интернет-проектов РБК составляла 14,4 млн. человек в прошлом году[[1]](#footnote-1).

Целевая аудитория информационного портала – квалифицированные специалисты, менеджеры, руководители компаний, журналисты и многие другие, кому необходима оперативная информация из сферы политики, финансов и экономики.

На сайте www.rbc.ru представлен широкий спектр финансовых данных по России, СНГ и странам Запада. Постоянно обновляются котировки, курсы, индикаторы по всем сегментам финансового рынка: валютного, кредитного, государственных ценных бумаг, акций и векселей. У посетителей сайта есть возможность следить за трансляцией хода торгов на ведущих биржевых площадках. Специальные терминалы позволяют эффективно работать с информацией в режиме реального времени, интерактивные информационные системы дают возможность участникам рынка самостоятельно выставлять котировки.

Новости, освещающие все важнейшие события, выходят на сайте www.rbc.ru оперативно и в режиме реального времени. В распоряжении РосБизнесКонсалтинг» обширная сеть корреспондентов и всю информацию компания получает непосредственно из первоисточников, в число которых входят государственные органы, крупнейшие российские и международные финансовые институты и коммерческие организации. Аналитические материалы, комментарии и прогнозы обновляются несколько раз в день. Публикуются мнения специалистов, а также тематические статьи, над которыми работает большой штат аналитиков. РБК регулярно проводит он-лайн интервью с ведущими российскими политическими деятелями и предпринимателями.

Итак, рассмотрим основные разделы на сайте www.rbc.ru.

В разделе «Новости» представлены новости из разных сфер жизни общества: экономики, финансов, социальной жизни, политики, потребительского рынка, спорта. В разделе «Экономика» представлена информация о важнейших событиях в сфере национальной и мировой экономики. Материалы информативные, в них много цифр, статистики, прогнозов. В разделе «Финансы» размещена информация о событиях в сфере финансов: о крупнейших сделках и торгах, ситуации на мировых рынках, изменениях финансовых показателей. Раздел «Политика» – это информация о крупнейших и важнейших событиях на политической арене страны и мира. В разделе «Общество» представлены самые актуальные новости из общественной жизни населения России и всего мира: информация о реформах в образовании, интересных людях, достижениях, социальных событиях. Раздел «Происшествия» включает в себя материалы о криминальных событиях, ситуациях на дороге, катастрофах. В разделе «Потребрынок» представлена информациях, интересная потребителям: об уровне инфляции, изменениях цен, деятельности компаний и производств. Раздел «Спорт» располагает обширной информацией о последних событиях в мире спорта: результаты матчей, интервью со спортсменами и т.д.

Все материалы снабжены фотографиями, часть – видеороликами. Фотографии и видео предоставлены информационными агентствами, но есть работы и собственных корреспондентов. Некоторые видеоматериалы предоставлены телекомпанией «РБК-ТВ». В большинстве текстов есть перекрестные ссылки, которые перемещают читателя к информации о людях, компаниях, упоминавшихся в тексте. Это может быть справочная информация, могут быть таблицы и статистика.

Помимо раздела новостей, на сайте www.rbc.ru представлена информация о важнейших пунктах сферы экономики и финансов. Ежедневный бюллетень «Фондовый рынок» содержит всю необходимую информацию для работы на фондовых рынках России и мира. Здесь публикуются данные обо всех государственных и муниципальных ценных бумагах, векселях и акциях, облигациях, о биржевой и внебиржевой торговле, котировках паев паевых инвестиционных фондов, котировках международного рынка, котировках ADR и ADS, а также российские и мировые фондовые индексы. Более подробная, специализированная информация о фондовом рынке представлена в следующих продуктах:

«Биржа on-line» – уникальный информационный продукт: биржевой терминал РБК отображает в реальном масштабе времени ход торгов на ведущих торговых площадках России и мира: РТС, ММВБ (валюты – СЭЛТ, акции, ОФЗ), МФБ, СПВБ (валюты – СЭЛТ, акции, облигации), Фондовая биржа «Санкт-Петербург», FOREX. Вся информация предоставляется в он-лайн режиме через интернет. Пользователям предоставлена возможность построения графиков, обработки, анализа, хранения, накопления и экспорта данных в другие прикладные программы (Excel, Access), в том числе в профессиональные программы технического анализа MetaStock, SuperCharts. Биржевой терминал РБК реализован в формате HTML, а также в JAVA-версии и Windows-приложении RBC Win, которые позволяют максимально эффективно работать с информацией в режиме реального времени. Количество транслируемых бирж и инструментов постоянно увеличивается. Терминал снабжен системой быстрого поиска по новостной ленте агентства.

Ежедневный бюллетень «Акции» предоставляет оперативные данные по внебиржевому рынку акций – около 1 тыс. котировок более 300 эмитентов от 100 операторов Москвы и России ежедневно (2-кратное обновление в течение дня).

В разделе «База эмитентов» публикуются «финансовые портреты» предприятий связи, энергетики, нефтегазового комплекса, металлургического комплекса и других отраслей. Все данные предоставляются первоисточниками, т.е. самими компаниями, и включают в себя историю компании, общую характеристику компании, структуру акционерного капитала, сведения о производственной и финансовой деятельности, динамику рынка акций и анализ перспектив развития. Еженедельно публикуются 2–3 «портрета».

«Мировые финансы» – проект «РБК» и Quote.ru. Проект предоставляет экономические обзоры Economics & Markets, в которых вся необходимая информация об экономических и финансовых рынках большинства стран мира. Информация подается в формате PDF, в доступной и лаконичной форме, и сопровождается наглядными графиками и таблицами. Бюллетени периодически обновляются и распространяются в свободном доступе.

Также на портале представлено несколько новостных лент, различающихся по тематике поставляемой информации: RBCNews, фондовые новости, единая новостная лента, календарь событий, дайджесты СМИ, новости права, комментарии и др.

Новостная лента RBCNews – это важнейшие политические, экономические и финансовые события в России, СНГ, странах Балтии и в мире, новости большого числа российских компаний, банков, эмитентов, государственных структур. Информация выходит в режиме реального времени. Продукт позволяет осуществлять сортировку, поиск и фильтрацию новостей по дате и содержанию, включая полнотекстовый поиск по архивам. В день выпускается более 400 новостей. Агентство предоставляет также дайджесты и анонсы прессы.

Лента фондовых новостей РБК является отдельным продуктом «РБК». Продукт ориентирован в первую очередь на специалистов финансового и фондового рынков и состоит из новостей организаций, регулирующих фондовый рынок (ФКЦБ, НАУФОР, Центральный банк РФ, Министерство финансов РФ и др.), новостей эмитентов и основных новостей в области экономики и политики. Лента включает в себя часовые показатели торгов на крупнейших биржах России и мира (ММВБ, РТС, МФБ, FSE, NYSE, MSE и многих других), оперативные комментарии ведущих специалистов по всем сегментам финансовых и фондовых рынков России и мира и фондовые индексы стран мира. Ежедневно поступает свыше 200 новостей.

«Единая лента новостей» – новый информационный продукт, объединяющий в себе различные новостные продукты РБК. Лента состоит из шести тематических разделов: «Главные новости», «Рынки», «Компании», «Экономика», «Власть и политика», «Происшествия». Предусмотрены различные варианты подписки (на один раздел, на сочетание разделов, на всю ленту).

Лента дайджестов СМИ представляет важнейшие материалы, изданные в ведущих российских изданиях: «Время», «Известия», «Коммерсант», «Аргументы и факты», «Российская газета», «Новые известия». Помимо свежих номеров, представлены архивы номеров и статей.

Интересная лента – «Календарь событий». Здесь представлена информация о событиях, происходящих и намечающихся в определенный день года. События также структурированы по темам: «Экономика, бизнес», «Суды», «Правительство РФ, министерства, ведомства», «Федеральное собрание РФ», «Пресса, СМИ», «Международные отношения» и др.

RBCNews-SPb – лента новостей Северо-Западного региона России. Публикует в он-лайн режиме новости одного из крупнейших и наиболее привлекательных для инвестиционной деятельности региона. Включает в себя новости политики, экономики, оперативные новости компаний Северо-Западного региона, государственных структур и политических партий, срезы торгов на крупнейших биржах региона. Ежедневно в потоке оперативной информации публикуется свыше 70 новостей только по Санкт-Петербургу и Ленинградской области.

Ежедневный бюллетень «Валюты, кредиты»предоставляет максимально полный объем информации о ситуации на всех российских и международных рынках: валютных, кредитных и товарных. Здесь публикуются итоги биржевых торгов, курсы Центральных банков РФ и стран СНГ, данные внебиржевого рынка безналичных и наличных валют, курсы конверсии, информация по «мягким валютам», банковские долговые обязательства со всех крупнейших площадок, кредитные индикаторы; а также ставки межбанковских кредитов, ставки по депозитным и банковским сертификатам, все данные по фьючерсам, котировкам драгметаллов, финансовые индикаторы, прогнозы ситуаций на валютном рынке, новости, пресс-обзор, комментарии специалистов и анализ ситуаций. Практически вся информация предоставляется в режиме многократного обновления. Рублевые ставки по кредитам обновляются дважды в день.

Интересный раздел «Личные финансы», который поможет читателю подобрать подходящий банк с целью оформления кредита и вклада. Также здесь размещены продукты «Кредитный калькулятор» и «Калькулятор доходности». Благодаря «Кредитному калькулятору» можно рассчитать сумму переплаты по процентам за кредит, ежемесячного платежа, итоговую переплату с учетом комиссий, а также рассчитать график платежей. Используя «Калькулятор доходности», посетителю легко рассчитать, насколько доходным будет его вклад, его сумму с доходами, составить таблицу и график доходности.

В разделе «Аналитика» представлены обзоры рынков, прогнозы цен товаров, последние показатели: объема импорта и экспорта стран мира, розничных продаж, промышленного производства и т.д. «Лента аналитических комментариев» – продукт, сочетающий оперативность, содержательность и объем комментариев по финансовому рынку. Подписчики нового аналитического продукта РБК получают постоянно обновляющиеся комментарии и прогнозы по следующим разделам: «Акции», «Рубль/доллар», «Госбумаги», «Мировые финансы», «Векселя». «Лента» содержит мнения по актуальным вопросам экспертов, представляющих авторитетные компании в различных областях финансового рынка, комментарии аналитиков РБК, обзоры рынка. Публикуются также новости фондового и товарного рынков со всего мира.

В разделе «Продажа бизнеса» пользователь может разместить объявление о продаже бизнеса, может купить бизнес по размещенным объявлениям. В разделе «Недвижимость» также можно разместить объявление о желании купить и продать недвижимость: жилую и нежилую.

Кроме того, специальная услуга: постоянно обновляемые цены на авиаперелеты из Москвы в любую точку мира. Также есть социальные опросы и графики их результатов. Портал поддерживает несколько форматов: PDA, RSS, WAP. Также можно просматривать портал на английском языке.

Медиа-холдинг «РосБизнесКонсалтинг» включает в себя, помимо интернет-проектов, и печатные издания: газету «РБК Daily» и журнал «РБК». Рассмотрим проект «РБК Daily».

**Телекомпания «РБК-ТВ»**

Телеканал «РБК-ТВ» – это первый в России бизнес-канал. В эфире РБК-ТВ ежедневно освещается ситуация на российском и мировом финансовых рынках. На канале представлены экономические, финансовые и политические новости России и зарубежных стран; аналитические обзоры, прогнозы и комментарии экспертов; интервью с ведущими политиками и бизнесменами; обзоры деловой прессы; специальные программы, посвященные актуальным проблемам российского бизнеса.

«РБК-ТВ» вещает в эфире 24 часа в сутки. Программы выходят круглосуточно: с 7:00 утра до 1:00 ночи – активное информационное вещание; с 1:00 ночи до 7:00 утра – повтор информационных и аналитических блоков. Телеканалу удалось совместить две концепции вещания – новостную и аналитическую. На канале предусмотрено утреннее вещание (блок утренних программ), дневное вещание (более аналитическое) и вечернее вещание (новости, итоги дня). Информационная политика телеканала соответствует редакционной политике СМИ, входящих в группу компаний «РБК». Телеканал активно сотрудничает с CNBC и CNN, компаниями, которые являются мировыми лидерами в новостном вещании и распространении экономической информации на западном рынке. В отличие от других российских телеканалов, «РБК» – это специализированное, деловое телевидение, вещающее для тех, кто заинтересован в экономической информации.

На телеканале широко используются постоянно обновляемые графические и текстовые видеоматериалы (бегущие строки, полиэкран), наглядно и оперативно отражающие динамику событий дня, не нарушая при этом общую структуру сетки вещания.

Целевая аудитория канала – это люди в возрасте 25–55 лет, имеющие высшее образование и доход выше среднего. То есть, это руководители высшего и среднего звена, сотрудники банков, инвестиционных компаний, фондов, бирж, аудиторских и консалтинговых компаний, журналисты, представители федеральных и региональных государственных структур и органов, российские предприниматели и иностранные топ-менеджеры, специалисты и бизнесмены, а также студенты экономических вузов и частные инвесторы.

Основные программы, транслируемые на телеканале «РБК»: «Азбука инвестора», «В фокусе», «Диалог», «Мир сегодня», «Рынки», «Новости», «Салон», «Наши деньги. Интерактив», «Глобальный взгляд».

Программа «Азбука инвестора» в доступной и популярной форме рассказывает о том, как устроен фондовый рынок и как он работает, какие инструменты используются при торговле на тех или иных площадках, как выстроить собственную или использовать уже проверенную стратегию работы с ними. В качестве экспертов в ней выступают руководители компаний-лидеров российского фондового рынка, лучшие аналитики и ведущие представители бизнес-сообщества.

Программа «В Фокусе» для тех и о тех, кто создает материальные блага для себя и окружающих, а также для тех, кто уже инвестирует средства в реальное производство. Ежедневно в прямом эфире представители крупного и среднего бизнеса, основных отраслей российской промышленности рассказывают о своих провалах и достижениях, отвечают на вопросы ведущего. Программа сочетает в себе элементы экономического анализа, журналистского расследования, телевизионного ток-шоу.

Программа «Диалог» – это повествование о макроэкономике или о политике, влияющей на экономическую жизнь общества. Представители Правительства и Законодательного Собрания, а также ведущие политические деятели и бизнесмены страны обсуждают наиболее важные события и экономической жизни страны, законопроекты, постановлений правительства, Программа представляет собой классическое телеинтервью.

«Мир Сегодня» – это главные новости дня, политические и экономические тенденции, события. В программе российские события и информация с рынков даются в контексте общемировых процессов.

«Рынки» – одна из центральных программ телеканала, нацеленная на инвесторов, финансистов и экономистов. Задача программы – информировать зрителей о последних событиях на фондовых, валютных и товарных рынках России и мира, анализ этих событий с привлечением экспертов и участников рынка, а также прогнозирование развития событий на этих рынках. Программа выходит в прямом эфире и сообщает информацию в режиме реального времени. Среди важнейших рубрик программы «Рынки» – обзор событий на рынке акций России, на валютном рынке, на мировых товарных рынках. Еженедельно по пятницам в специальном выпуске программы «Рынки. Глобальный взгляд» ведущие программы беседуют с экспертами, аналитиками, руководителями компаний и анализируют актуальные тенденции мировой экономики, текущие проблемы финансовых и товарных рынков, дают прогнозы их развития.

Программа «Салон» – об архитектуре и дизайне, которая рассказывает о статусном, дорогом жилье, об архитекторах, дизайнерах и художниках.

В программе «Наши деньги. Интерактив» непосредственное участие принимают зрители. Каждый желающий может позвонить в студию или отправить письмо на электронную почту, чтобы во время эфира получить ответ на вопросы, относящиеся к теме личных финансов. Ведущие телеканала «РБК» и авторитетные финансовые эксперты разбирают каждый конкретный случай и предлагают решение проблемы.

Кроме того, на телеканале ежедневно транслируется обзор российской и мировой прессы.

**«РБК daily»**

«РБК daily» – ежедневная аналитическая газета. В газете представлен анализ важнейших ситуаций в отраслях экономики и финансов, а также международные деловые новости. По данным TNS Gallup Media, аудитория одного номера газеты в Москве с марта по июль 2007 года составила 97,1 тысяч человек и продолжает расти[[2]](#footnote-2). Сегодня издание можно назвать лидером среди деловых изданий страны. По результатам исследования National Readership Survey компании «TNS Россия», среднее количество читателей одного номера печатного издания «РБК daily» в четвертом квартале 2008 года в Москве составило 106 тыс. человек[[3]](#footnote-3). Газета выходит 5 дней в неделю. Тираж составляет 80000 копий. Целевая аудитория газеты – специалисты в области экономики и финансов, менеджеры, экономисты, все, кому интересна информация экономической и деловой сферы.

Приоритетными темами для себя газета считает: становление российского бизнеса, его место в мировой системе и перспективы его развития, его наиболее прибыльные направления, тенденции в отраслях экономики и финансов, взаимодействие российского бизнеса и государства. Интернет-версия газеты является одним из ведущих проектов, освещающих бизнес-тематику.

В рейтинге влиятельности СМИ для бизнес-аудитории, который помимо охвата аудитории учитывает качество цитируемости СМИ, газета входит в первую тройку ведущих бизнес-изданий России. Ольга Подойницына, управляющий директор «ВТБ Капитал», считает, что причина стремительного успеха газеты «РБК daily» – качественный контент и ее правильное позиционирование: «Актуальность тем, уровень спикеров и непредвзятость изложения несомненно помогли газете занять достойную конкурентную нишу. При этом нельзя не отметить эффективность стратегии позиционирования»[[4]](#footnote-4).

Первый номер печатной версии газеты вышел в свет в 2006 году. Юрий Ровенский, генеральный директор «РосБизнесКонсалтинг» отметил: «Мы хотим увеличить аудиторию «РБК daily», сделав так, чтобы каждый читатель был волен выбрать для себя наиболее удобный способ получения информации, будь то Интернет или печатный формат. Мы предлагаем издание, в котором подбор материалов и стилистика статей максимально соответствуют потребностям делового человека. «РБК daily» пишет лаконично и объективно, на ее страницах только та информация, которая имеет практическую ценность[[5]](#footnote-5)».

Основные рубрики интернет-версии газеты: «В фокусе», «В мире», «ТЭК», «Индустрия», «Потребрынок», «Банки / Финансы», «Телеком / Медиа», «CNews/Autonews», «LifeStyle».

В разделе «В фокусе» представлена информация о важнейших событиях России социальной направленности. Рубрика «В мире» – это мировые новости политики, законодательства, экономики, социальной сферы. Раздел «ТЭК» предоставляет информацию о событиях топливно-энергетической отрасли России: компаниях, договорах, которые она заключает, положении на рынке. В рубрике «Индустрия» предоставляет информацию о важнейших событиях российских индустриальных компаний. «Потребрынок» – новости потребительского рынка: все, что может заинтересовать потребителя. «Банки / Финансы» – в этой рубрике представлена информация о событиях экономической сферы и сферы финансов, положении российских и мировых банков. Рубрика «Телеком / Медиа» включает в себя новости мира медиа-технологий, новости медиа-компаний, телекомпаний, интернет-ресурсов. Раздел «CNews/Autonews» повествует о новостях в сфере высоких технологий: статьи посвящены рынкам корпоративного ПО, проблемам отрасли связи, результатам тестов потребительских цифровых устройств. Наконец, «LifeStyle» – это раздел новостей области культуры, спорта, кино.

Все тексты снабжены иллюстрациями. Фотографии предоставлены корреспондентами компаниями, либо взяты из фотоархивов «ИТАР-ТАСС» и «РБК» и других информационных агентств. Некоторые материалы снабжены видеосюжетами, которые также предоставлены сотрудниками компании, либо информационными агентствами.

Газету можно читать в форматах PDA, RSS, а также в мобильном телефоне и получая рассылку на электронную почту. Примечательно, что на сайте предоставлен архив всех номеров и статей газеты с 2002 года. Архив доступен всем пользователям, подписка на него не обязательна.

**CNews**

Следующее издание в составе холдинга «РосБизнесКонсалтиг» – «CNews». Бренд CNews включает в себя:

* Интернет-портал CNews.ru;
* агентство CNews Analytics;
* портал цифровой техники ZOOM.CNews.ru;
* портал об исследованиях и разработках R&D.CNews;
* портал компьютерных игр Games.CNews;
* портал программного обеспечения Soft.CNews;
* организация и проведение семинаров, пресс-конференций, круглых столов CNews Conferences;
* телеканал CNews TV;
* журнал CNews.

CNews.ru – это крупнейший **интернет-портал** в сфере высоких технологий. Сайт был создан в 2000 году на базе ленты новостей «Hi-Tech News» РИА «РосБизнесКонсалтинг» и быстро приобрел признание профессионалов отрасли информационных технологий и широкой читательской аудитории. Портал специализируется на оперативных новостях и аналитических материалах мира высоких технологий. Ежедневно на сайте появляется до 100 новостей, освещающих состояние российского и зарубежного рынков компьютерного оборудования, программного обеспечения, информатизации и автоматизации, электронной коммерции и телекоммуникаций, игровой индустрии.

CNews.ru акцентирует внимание на технологических инновациях, интересных проектах, финансовой стороне бизнеса ИТ компаний, тенденциях развития отрасли, последних научных разработках.

Ежедневно сайт посещают более 200 тысяч читателей. Ежемесячная аудитория составляет более 2 млн. человек в России и за рубежом. Целевая аудитория CNews.ru – руководители, менеджеры, квалифицированные специалисты.

Аудитория портал цифровой техники ZOOM.CNews.ru – это массовый портал для пользователей цифровых устройств. Портал включает в себя каталог цифровых устройств (мобильные телефоны, КПК, ноутбуки, ПК и др.), а также материалы по результатам тестирования моделей устройств. Каталог – это систематизированная информация о моделях, представленных на рынке. Описания включают в себя оптовые и розничные цены и снабжены читательским и редакционным рейтингом, иллюстрациями. Каждая модель описывается с точки зрения ее технических характеристик и преимуществ перед другими моделями.

В разделе «Практика» рассказывается об основах технологий и конкретных шагах по настройке цифровых устройств. Раз в месяц готовятся обозрения по сегментам рынка компьютерной техники, включающие статьи о тенденциях развития рынка, аналитические материалы и статистику, подборку сравнений моделей выбранной категории оборудования, а также интервью и комментарии экспертов.

Таким образом, проект предоставляет читателю полную и детально систематизированную информацию с удобной навигационной структурой по рынку потребительского компьютерного и цифрового оборудования.

Телеканал CNews TV является первым российским телеканалом о высоких технологиях. Канал ориентируется на вещание в интернете и кабельных сетях. С октября 2007 года регулярно выходят подкасты новостной службы CNews.

Агентство CNews Analytics (CNA) было выделено в качестве самостоятельного направления в 2002 году. За несколько лет специалистами агентства реализовано более 100 аналитических проектов, посвященных исследованиям рынка информационных технологий и телекоммуникаций. Агентство специализируется на составлении рейтингов, обзоров, проведении исследований ИТ-сферы и сферы телекоммуникационных технологий на заказ, проведении маркетинговых исследований, информационно-аналитическом сопровождении государственных и корпоративных программ.

R&D.CNews.ru – это портал, посвященный новейшим исследованиям, разработкам, инновациям, фундаментальным открытиям в сфере науки и техники. Портал предоставляет информацию не только о достижениях, но и о провалах, кризисах, противоречиях в современной науке. Сотрудников портала интересует не только факты, которыми апологеты теорий традиционно подтверждают свою правоту, но и те факты малоизвестные, выявление которых – залог качественного прогресса знаний о мироздании. Это делает портал не столько информационным, сколько аналитическим ресурсом, ставящим своей задачей вскрытие наиболее «проблемных», и потому наиболее перспективных областей исследований и разработок.

Журнал CNews – деловое издание, ориентированное на руководителей ИТ-департаментов и специалистов в области высоких технологий. Отличительной особенностью журнала является его акцент на вертикальные рынки, потребляющие информационные технологии. Каждый номер содержит основные материалы ежегодных отраслевых обзоров, подготовленных экспертами CNews Analytics. Кроме того, журнал включает разделы, посвященные рынкам корпоративного ПО и аппаратных средств, статьи о проблемах отрасли связи и тесты потребительских цифровых устройств. Особое внимание в журнале уделяется комментариям экспертов, представителей компаний-лидеров на ИКТ-рынке в России и в мире.

**Журнал «РБК»**

Журнал «РБК» – одно из ведущих деловых изданий России тиражом 110000 экземпляров. По данным TNS Gallup Media, аудитория одного номера издания в мае-октябре 2009 года достигла 747 тыс. человек[[6]](#footnote-6). Целевую аудиторию журнала «РБК» составляют, в первую очередь, владельцы и топ-менеджеры компаний, а также те, кто заинтересован в событиях российского и мирового бизнеса. Журнал рассматривает широкий спектр экономических и деловых тем, держит читателей в курсе главных тенденций экономики и политики, предлагает профессиональный анализ бизнес-процессов, а также рассказывает о последних достижениях в различных областях знаний и новости мировой культурной жизни. Из общей массы российских глянцевых журналов «РБК» выделяют выверенная и хорошо структурированная информация, стильный дизайн, удобная навигация, многообразие журналистских жанров. Таким образом, главная задача журнала, как говорит главный редактор журнала, Владислав Серегин: «Дать возможность современному человеку в одном издании получить качественную информацию и аналитику об основных сферах жизни общества»[[7]](#footnote-7).

Итак, основные рубрики печатной версии журнала: «Тенденции», «Вокруг России», «В фокусе», «Недвижимость», «Главная тема», «Зарубежный бизнес», «Капитал», «Инвестиции», «Бизнес-практика», «Технопарк», «Отдых».

В рубрике «Тенденции» в разделе «Кратко» предоставлены небольшие новостные материалы о событиях в экономической, социальной, законодательной, политической сфер в России и за рубежом. В разделе «Амбиции» представлен объемный материал на актуальную тему экономической отрасли: например, в номере за март 2010 года это материал о новом перспективном игроке на мировой экономической арене – Индонезии, в номере за май 2010 года представлен материал о том, что попытки властей защитить российского производителя дают обратный результат и т.д. Материал снабжен фотографиями, графиками и схемами. В разделе «Мировая экономика» также объемный материал об определенной тенденции мировой экономики. Текст также снабжен фотографиями, статистиками и графиками. Раздел «Блоги» представляет собой подборку самых популярных записей из экономических блогов. Это блоги журналистов, экономистов, экспертов в области экономики, стратегирования, финансов. В разделе «Выход есть» представлен материал от какого-либо ведущего бизнесмена страны, директора компании и т.д.

Рубрика «Вокруг России» рассказывает о событиях в странах ближнего зарубежья и СНГ. Это чаще всего интервью с известными людьми: бизнесменами, политиками, лидерами партий, основателями компаний.

В рубрике «Фокусе», естественно, представлены материалы на самые актуальные темы месяца. К примеру, в номере за март 2010 года часть материалов была посвящена теме авторынка. Был представлен обзор мирового автомобильного рынка посредством инфографики, материал об автокредитовании. Далее следовали статьи о развитии мобильного интернета, кризисе цветочного бизнеса.

Рубрика «Недвижимость» рассказывает об актуальных тенденциях в отрасли недвижимости. К примеру, материал о том, что государство «продвигает» панельное жилье. Материал снабжен фотографиями и инфографикой.

«Главная тема» – основная рубрика журнала. Главной темой может быть что угодно: шоу-бизнес, женщины, выход страны из кризиса, рейтинг самых высоких зарплат, эффективность частного капитала и т.д. рассмотрим материал в номере за март 2010 года. Главная тема – женщины. В разделе «Наш выбор» представлен список самых успешных женщин страны, по мнению редакции. Далее идет раздел «Цифры» – здесь размещена статистику: среднее количество женщин на руководящих постах, число мужчин на 1000 женщин в странах мира, разделение обязанностей. Следующий раздел – «Мнение». На вопрос «Кого из женщин вы хотели бы видеть президентом России» отвечают самые успешные и влиятельные мужчины страны. Рубрика построена таким образом, что главная тема раскрывается максимально полно: посредством текста, фотографий, статистики, инфографики.

Рубрика «Зарубежный бизнес» повествует о ведущих представителях западного бизнеса. Это материалы о компаниях, руководителях, медиа-магнатах и т.д.

«Капитал» – это интервью с успешными представителями бизнес-сообщества, об их планах и перспективах их компаний.

Рубрика «Инвестиции» предоставляет полную и иллюстрированную информацию о состоянии фондовых рынков, рынка ценных бумаг, рынка паевых инвестиционных фондах, инвестициях и т.д.

«Бизнес-практика» – это также интервью с известными журналистами и бизнесменами. Герои рассуждают о жизни, о бизнесе, о деньгах, о перспективах развития собственного бизнеса и т.д.

Рубрика «Технопарк» включает в себя материалы о научных открытиях, новостях мира высоких технологий; каталог новых цифровых устройств с описанием технических характеристик и указанием цен.

В рубрике «Отдых» представлены материалы о путешествиях, предлагаемых редакцией маршрутах поездки, а также афиша кино, выставок, концертов, постановок, и, наконец, юмор.

Электронная версия газеты представляет собой краткий анонс материалов свежего номера и номеров, изданных ранее. В разделе «Подписка» можно оформить подписку на PDF-версию журнала.

Рассмотрев основные технологические площадки меди-холдинга «РосБизнесКонсалтинг», можно выделить основные единицы контента, которые используются в материалах изданий.

Во-первых, это самый «древний» тип контента – текст. Всю необходимую информацию издания получают из первоисточников, в числе которых государственные органы, крупнейшие российские и международные финансовые институты и коммерческие организации. Оценить, сколько людей работает над созданием контента, сложно. По данным 2002 года, общая численность персонала компании составляла 543 человек. А сегодня в штате одной телекомпании около 600 сотрудников. Что касается текстовой составляющей мультимедийного контента, она представлена короткими новостными сообщениями и заметками, аналитическими материалами, обобщениями по материалам других источников, интервью, обзорами.

Во-вторых, это фотографии. На данный момент издания РБК используют следующие типы иллюстраций:

* Собственные фотографии;
* Фотографии, предоставленные информационными агентствами;
* Инфографика.

Инфографика – обязательный элемент мультимедийного освещения крупных трендов, который предпочтительно используется в материалах, чьи темы удобно излагать в виде схем, графиков, таблиц.

Третий тип контента, используемого в проектах компании «РБК» – это видео. Это видео собственное, снятое сотрудниками компании. Монтаж осуществляют профессиональные монтажеры. Также это профессионально снятое видео, полученное от телекомпании РБК-ТВ, которое сотрудники телеканала предоставляют интернет-порталам медиа-холдинга. Наконец, это видео, полученное от информационных партнеров, таки как ИТАР-ТАСС, РА и других агентств.

**2. ИД Independent Media**

Издательский дом Independent Media также старается реализовать концепцию конвергенции, объединив в 2007 году редакции печатной и он-лайн версий газеты «Ведомости». До конца 2006 года сайт www.vedomosti.ru являлся копией печатного издания. Но в начале 2007 издание перешло на интегрированную систему работу, и сайт газеты стал отдельным изданием с собственными подкастами, контент которого обновляется несколько раз в течение дня, публикуя самые свежие новости. Рассмотрим подробнее, как подается информация в печатной версии газеты «Ведомости» и на сайте www.vedomosti.ru.

**«Ведомости»**

«Ведомости» – это ежедневная деловая газета для профессионалов бизнес-сообщества, выходящая с 1999 года. Создатель и идеолог газеты – издатель Дерк Сауэр. На сегодняшний день тираж печатной версии газеты – 75 тыс. экз. Динамику роста тиража можно увидеть на схеме:

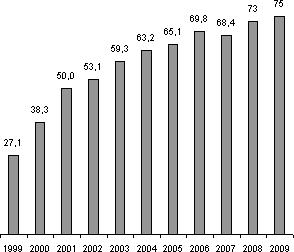


Рисунок 1

Газета выходит 5 раз в неделю по будням на 12–16 полосах. Газета издаётся совместно с английской Financial Times и американской The Wall Street Journal. В газете представлена информация об экономических, финансовых, корпоративных и политических событиях, анализ и прогнозы развития ситуации. По данным TNS Gallup Media за период с марта по июль 2007 года по Москве, количество читателей одного номера газеты составляет 100,3 тыс. человек[[8]](#footnote-8). На рисунке показана динамика роста аудитории издания:

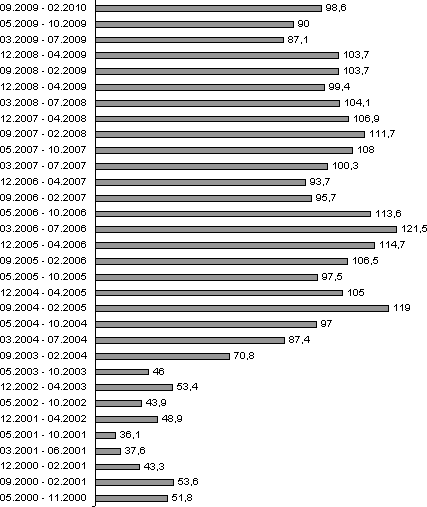


Рисунок 2

Целевая аудитория газеты состоит, в основном, из успешных бизнесменов, руководителей среднего звена, топ-менеджеров, всех, кто заинтересован в информации о событиях в сфере экономики, политики, финансов. Основной задачей сотрудники газеты «Ведомости» считают предоставление читателям максимально оперативной, подробной и объективной информации. Штат состоит более чем из 100 журналистов Москвы и регионов России при поддержке всемирной корреспондентской сети Financial Times и The Wall Street Journal, которые ежедневно информируют читателя о важнейших экономических, финансовых, корпоративных и политических событиях, предлагая анализ и прогнозы развития ситуации. Итак, рассмотрим основные рубрики издания.

Рубрика «Власть&Деньги» расположена на 2 и 3 полосах. Здесь представлены важнейшие новости экономики, политики и законодательства, способные повлиять на состояние рынков, частный бизнес и социальную жизнь страны.

На 4 полосе размещена рубрика «Комментарии». Это мнения редакции, независимых экспертов на самые актуальные темы, волнующие бизнес-сообщество.

5 полоса – «Действующие лица». В этой рубрике публикуются интервью с самыми влиятельными российскими и зарубежными бизнесменами и чиновниками.

Рубрика «Карьера&Менеджмент» на 6 полосе регулярно информирует читателей о наиболее интересных идеях и решениях в управлении компанией, достижении личного успеха. Здесь же представлена реклама лучших вакансий. Иногда на 6 и 8 полосах размещается рубрика «Культура», которая освещает культурные события страны, рассказывает о театральных и кинопремьерах.

На 7 странице расположена первая полоса второй тетрадки газеты – «Компании и Рынки». Здесь так же представлены основные новости наиболее влиятельных российских компаний.

На 8 и 9 полосах – рубрика «Индустрия&Энергоресурсы». Здесь рассказывается о главных событиях металлургической, транспортной, машиностроительной, автомобильной и угольной отраслей; а также представлены основные новости нефтегазовой и энергетической отраслей.

Рубрика «Финансы» иногда располагается на 9 и 10 полосах. Здесь представлена информация о рынке финансовых услуг: корпоративные новости участников рынка, крупнейшие сделки, новые продукты рынка, законодательное регулирование.

На 10 полосе находится рубрика «Рынки»: индикаторы рынков – товарного, валютного, финансового, котировки акций и облигаций.

11 полоса – «Потребительский рынок»: ежедневная информация о важнейших событиях в сфере потребительского рынка товаров и услуг, новости крупнейших игроков рынка, информация об изменениях в законодательстве, свежие тренды и исследования.

На 12 полосе – рубрика «Технологии&Телекоммуникации»: новости компаний, технологические новинки, отраслевое законодательство рынков мобильной и фиксированной связи, интернет доступа и информационных технологий.

Практически все материалы снабжены фотографиями, взятыми из фотоархива редакции или предоставленными информационными агентствами. Традиционно, к каждому материалу прилагается одна фотография. Кроме того, широко используется инфографика: материалы иллюстрируются схемы, таблицами, графика для большей наглядности. В некоторых материалах есть ссылки на сайт газеты, где можно, например, прочитать более полную версию интервью с известным человеком, героем материала. Итак, отличительные особенности газеты «Ведомости»:

* Основная часть газеты посвящена новостям и анализу ситуации в крупнейших отраслях экономики;
* Корреспондентам запрещено привносить свое мнение в материалы – только факты. Читатель сам сделает выводы;
* Личная точка зрения журналиста, политика, общественного деятеля может быть представлена только на специальной полосе «Комментарии»;
* О политике говорится лишь в той мере, в которой она влияет на состояние экономики;
* Независимость издания. Газета не принадлежит ни одной крупной компании России или известным олигархам;
* Общественные темы (спорт, социальные новости, обширные обзоры культуры, технические новинки) освещаются на страницах издания «Ведомости. Пятница».

**www.vedomosti.ru**

Деловой интернет-портал www.vedomosti.ru был запущен в 1999 году, но в 2007 была реорганизована система подачи новостей. Сегодня это итерактивное интернет-издание, предоставляющее читателю мультимедийный максимально полный, с точки зрения информативности, контент.

Структура рубрик на сайте та же, что и в печатной версии газеты. Но каждый материал располагает большим числом фотографий. К некоторым материалам прилагаются видеоролики. Рассмотрим по рубрикам, как подается информация в печатной версии газеты и на интернет-портале.

На первой странице печатной версии представлены самые актуальные новостные материалы. Рассмотрим, например, материал «Глушители» из номера за 11 июня 2010 года. Речь идет о компании «АвтоВАЗ», которая отказывается от услуг российских поставщиков комплектующих в пользу зарубежных компаний. В печатной версии газеты представлен текст и одна фотография, иллюстрирующая комплектующие автомобилей. На сайте представлен тот же текст, но с большими возможностями. В текст внесены перекрестные ссылки на материалы, относящиеся к теме, либо о компаниях или лицах, упоминающихся в материале. Так, например, нажатие на ссылку «BMW» приводит читателя к краткой информации о компании BMW и опять же к ссылкам на другие материалы, относящиеся к этой компании. А ссылка «Дамир Кашапов» приводит к ссылкам на материалы, в которых упоминался этот бизнесмен. Кроме того, в тексте есть значок-ссылка «Диаграмма», при нажатии которой появляется окно с информацией о компании («АвтоВАз в данном случае»). Представлена: краткая справка о компании «АвтоВАЗ», графики продаж, котировки, ссылки на статьи по теме, информация о сотрудниках, зарегистрированных на сайте газеты «Ведомости», карта рынка, а также информация о годовых отчетах компании «АвтоВАЗ» (приходит на электронную почту зарегистрированным пользователям).

Что касается фотографий, то в электронной версии статьи «Глушители» их гораздо больше. Если в печатной версии представлен один фотоснимок, то в электронной – 27. Это фотографии с визита корреспондента газеты в компанию «АвтоВАЗ». На фотографиях представлены сцены сборки автомобилей, заседания директоров и президента компании «АвтоВАЗ». Также, представлены фотографии из архива редакции: бывший президент компании, визит Владимира Путина, рабочий процесс в апреле 2009 года.

Кроме того, к новостному материалу прилагается и видеоролик «Что может вытащить АвтоВАЗ?» – мнение депутата Госдумы, побывавшего на заводе компании. Ролик снят корреспондентами газеты 31 января 2010 года, то есть, взят из архива редакции. Также, указана ссылка на видеоматериалы на сайте, которые тоже относятся к теме «АвтоВАЗ».

На этом редакторы не останавливаются. Справа от текста расположено окно «Выбор редактора», где представлены ссылки на наиболее интересные, по мнению редактора газеты, материалы по теме «АвтоВАЗ».

Также каждый зарегистрированный пользователь сайта может оставить свой комментарий к новостной истории, нажав ссылку «Добавить отзыв». Ссылка «В блогах» отправляет читателя к записям, поднимающим тему «АвтоВАЗ», которые размещенны в различных блогах: LiveJournal, Blogger, MyBlog.ru и т.д.

На 2 и 3 полосах размещена рубрики «Власть&Деньги» и «Деньги&Власть». Здесь представлены самые важные и актуальные новости из области экономики, политики, законодательства, способные повлиять на состояние рынков, частный бизнес и социальную жизнь страны. Рассмотрим материал «Кудрин прокатил Лужкова» из номера за 11 июня 2010 года. Речь в статье идет о развитии дискуссии между вице-премьером правительства Алексеем Кудриным и мэром Москвы Юрием Лужковым. В печатной версии газеты представлен только текст статьи. На сайте, как и в предыдущем материале, текст, фотографии, видеоролик, комментарии.

В текст вставлены перекрестные ссылки на статьи об участниках новостной истории: «Алексей Кудрин», «Павел Кузнецов», «Леонид Браткин», «Андрей Рябов». При нажатии на ссылки читатель переходит к краткой информации об этих людях и к ссылкам на статьи, в которых они упоминались.

Отличительное различие печатной и интернет версий газеты в том, что на сайте новости обновляются несколько раз в течение дня по мере поступления свежей информации о событии. Кроме того, у посетителя сайта есть возможность прослушать аудио-подкаст, в котором предоставлена информация об основных материалах печатного выпуска. Подкаст длится в среднем 6–7 минут. Что касается качества видео-роликов, размещенных на сайте, это сюжеты, как предоставленные информационными агентствами, так и снятые собственно корреспондентами газеты. Качество собственных роликов не уступает по качеству съемки и монтажа профессиональным. Также к некоторым материалам предоставлены текстовые и PDF – документы, включающие в себя статистические данные, либо постановления, относящиеся к теме материала. Эти документы можно скачать в свободном режиме. Кроме того, на сайте представлен архив всех номеров газеты, изданных ранее. Архив представляет собой развороты газеты, которые при нажатии на них компьютерной мышкой увеличиваются. Но эта услуга доступна лишь зарегистрированным члена Клуба читателей, оплатившим подписку. Итак, подведем итоги. Чего нет в печатной версии газеты:

* Комментарии к статьям;
* Подкасты;
* Видеосюжеты (несколько видеосюжетов в неделю);
* Фотогалерея, фото дня;
* В рубрике «Мнения»: Блогеры, Блоги, Рейтинг блогов, Рейтинг записей деловых блогов;
* В рубрике «Финансы»: котировки акций и валют, обновляющихся в режиме реального времени, подбор вклада, карта фондового рынка;
* В рубрике «Карьера»: возможность размещения резюме и подобрать специалиста;
* Опросы (регулярные опросы читателей на актуальные темы);
* Спецпроекты (типа «Охоты на мигалки»).

Электронную версию газеты можно просматривать в форматах smart, RSS, WAP, а также получая рассылки на электронную почту и в социальных сетях Вконтакте и Facebook (новая услуга).

Таким образом, контент, представленный на сайте газеты «Ведомости», позволяет максимально полно раскрыть суть новостной истории. Статьи на сайте проиллюстрированы, снабжены видеороликами, есть перекрестные ссылки, что позволяет получить дополнительную информацию о событии.

**3. ИД «КоммерсантЪ»**

Издательский дом «Коммерсант» выпускает одно из ведущих деловых изданий страны – газету «Коммерсант», которая имеет также свой интернет-портал www.kommersant.ru. По данным TNS Gallup Media за декабрь-апрель 2003–2004 годов, аудитория одного номера газеты составляла более 230 тыс. человек[[9]](#footnote-9). Тираж газеты – 110000–120000 экземпляров. Рассмотрим подробнее, как подается содержание на этих площадках.

**«КоммерсантЪ»**

Печатная версия газеты считается формальным преемником одноименной газеты, выходящей в России с 1909 по 1917 год. Сегодня это ежедневная общественно-политическая газета, в которой особое внимание уделяется деловой тематике. В отличие от «Ведомостей» и «РБК Daily», газета выходит 6 раз в неделю, с понедельника по субботу. Основные рубрики газеты.

На 2, 3, 4 полосах размещена рубрика «Новости», в которой представлены материалы о важнейших и актуальных событиях сферы политики, социальная сферы, а также информация о происшествиях, информация криминального направления.

На 5 полосе традиционно расположена рубрика «Деловые новости», которая включает в себя новости из мира экономики, финансов, бизнеса. В некоторых номерах на 5 полосе находится рубрика «Культура», где представлены анонсы предстоящих событий мира культуры: выставки, театральные и кинопремьеры, а также рецензии и мнения об актуальных культурных событиях.

6 полоса – это рубрика «Спорт». Здесь представлены материалы о событиях мира спорта: регламенты, информация о предстоящих и прошедших турнирах, результатах матчей, заключенных и расторгнутых контрактах спортсменов и спортивных клубов.

Следующая рубрика «Первые лица» включает в себя интервью с известными и успешными представителями бизнес-сообщества, которые делятся мнениями об актуальных событиях и тенденциях мира бизнеса, говорят о перспективах развития собственного дела, о своих взлетах и падениях.

Традиционно, газета завершается рубрикой «Сведения о банкротстве», где представлена обширная сводка о компаниях и лицах, объявленных банкротами.

Во всех рубриках присутствует небольшой раздел «Дни рождения», где представлена информация об именинниках в определенной сфере: в рубрике «Культура», к примеру, указаны дни рождения известных российских деятелей искусства.

Все материалы снабжены фотографиями, как собственными работами сотрудников редакции, так и заимствованными у информационных агентств. Также некоторые материалы (преимущественно на экономические темы) проиллюстрированы с помощью инфографики – это схемы, таблицы и графики.

**www.kommersant.ru**

Газета «Коммерсант» имеет и свою интернет-версию. Если раньше электронная газета представляла собой практически копию печатной, то сегодня это отдельное издание, имеющее свои особенности.

Основные разделы сайта: «Главное», «Политика», «Бизнес», «В мире», «Происшествия», «Общество», «Культура», «Спорт».

В разделе «Главное» представлены самые актуальные и важные новости из всех сфер жизни человека: это новости и политики, и экономики, культуры, и спорта, и социальной сферы.

Раздел «Политика» – это важнейшие новости политической отрасли: международные и российские политические отношения, постановления государства, обзоры политических дискуссий и встреч глав государств.

«Бизнес» – это раздел о новостях отраслей экономики и финансов, деловых и бизнес-новостей.

«В мире» и «Происшествия» – это материалы о международных событиях и происшествиях социальной направленности.

«Культура» и «Спорт» представляют собой материалы об актуальных культурных и спортивных событий. Это результаты матчей, анонсы предстоящих мероприятий, рецензии на театральные постановки, кинопремьеры и новинки книжного мира.

Информация на сайте газеты «Коммерсант» тоже представлена шире. К материалам прилагается больше фотографий, некоторые статьи также предоставляют видеоролики. Интересный тип иллюстраций, который отсутствует в представленных выше изданиях, – это фотоленты. Фотолента – это небольшое слайд-шоу из определенного количества фотографий, каждая из которых сопровождается кратким описанием. Каждая фотолента представляет собой иллюстрацию к определенному событию. К примеру, фотолента о ливнях во Франции состоит из 7 фотографий, на которых изображены жертвы и последствия катастрофы.

Фотографии на интернет-портале также предоставлены как сотрудниками редакции, так и информационными агентствами. Фотографии той же фотоленты о ливнях во Франции, к примеру, предоставлены агентством Reuters.

Уникальный вид контента, представленный на сайте www.kommersant.ru, это видеодайджест. Видеодайджест представляет собой видеоверсию номера газеты. Все материалы подаются в виде смонтированных фотографий, видеофайлов, подкастов, сопровождаемых комментариями журналиста. Видеодайджест можно назвать видео-подкастом. Аудио-подкасты на сайте тоже есть: они представляют собой запись анонсов номера газеты и находятся в свободном доступе.

Также на сайте можно ознакомиться с биржевыми показателями динамики роста, представленными с помощью инфографики. Это курсы валют, индексы РТС, ММВБ и Dow Jones. Графики вынесены в отдельную ленту «Биржевые индекаторы».

Информация на сайте обновляется несколько раз в течение дня. Также на сайте есть очень удобная с точки зрения восприятия информации функция – «Одной строкой». Это короткое, длиной в одну строку, сообщение о самых свежих и актуальных событиях, которое обновляется в среднем каждые 2–3 минуты.

Также, как и в случае с «Ведомостями», на сайте «Коммерсанта» можно ознакомиться и оставить свои комментария и мнения о статьях и событиях, в них описанных. Также есть сводка сообщений из блогов, относящихся к темам материалов.

Сайт удобен тем, что вся информация на нем структурирована двумя способами: по тематике материалов и по типу контента. Структурирование по тематике – это разделение информации на рубрики. Структурирование по типам контента – это разделение всей информации на разделы «Фото», «Видео», «Книги», «Блоги», «Интервью», «Справочник» и т.д.

Сравним, как подается материал в печатной версии и на интернет-портале газеты «Коммерсант». Рассмотрим материал под названием «Преступное сообщество заслужило снисхождение», опубликованный в номере за 5 июня 2010 года. Материал повествует о ходе расследования по делу организованной преступной группы контрабандистов, костяк которой состоял из представителей прокуратуры и офицеров милиции. В печатной версии газеты представлен текст и фотография на тему. На интернет-портале – тот же текст (такой же объем и содержание), но есть ссылка на фотоленту на тему статьи. Фотолента состоит из 4 фотографий с комментариями фотожурналиста редакции «Коммерсанта». Также в электронной версии статьи есть ссылка на комментарии к событию в блогах – всего 13 сообщений.

Таким образом, можно сказать, что на сайте газеты информация подается все же в более полной мере, чем в печатной версии. Сайт более интерактивен и содержателен, чем газета.

**Заключение**

В первой главе были рассмотрены особенности тенденции конвергенции СМИ в целом и явления, к которым приводит эта тенденция. Идея конвергенции изменила саму логику взаимоотношений между существующими технологиями и индустрией СМИ. Она стала отправной точкой создания нового контента, формирования «новых медиа», которые теперь больше ориентируются на свою аудиторию и предоставляют более полный информационный продукт. Реализация идеи конвергенции подразумевает и новую систему производства информационного продукта, где ключевой является идея создания конвергентной редакции.

Существенное отличие подачи новостей конвергентной редакции и традиционной заключается в том, что в первой все процессы делятся на две группы. Первая группа процессов связана с производством контента как такового, вне зависимости от того, на какой платформе он будет публиковаться. Вторая – именно с его распространением на различных платформах.

Для реализации интегрированной системы подачи новостного материала в объединенной редакции формируется особая система организации труда и пространства. В центре большинства объединенных редакций находится SuperDesk, или NewsHub – круглый стол, за которым располагаются редакторы и прочие лица, принимающие важные решения. Вокруг расположены контент-группы, каждая из которых занимается созданием материалов на определенную тему. Контент-группы готовят материалы по своей теме для выхода на всех платформах.

Организационная структура конвергентной редакции позволяет максимально раскрыть суть новостной истории. Новая система работы обеспечивает мультиформатное всестороннее освещение события на всех возможных технологических платформах. Отлаженные горизонтальные связи между членами штата обеспечивают быстроту коммуникации между редакторами и журналистами. Использование пользовательских ресурсов позволяет выявить интересы и предпочтения аудитории, на которую направлен информационный продукт.

Таким образом, преимущества объединенной редакции и интегрированной подачи новостей сводятся к следующим пунктам:

* Четкий фокус на потребностях аудитории в разнообразных формах подачи контента;
* Запланированное освещение событий с разных сторон в разных форматах;
* Быстрота коммуникаций и принятия важных решений;
* Интеграция всех рабочих процессов в сборе, обработке и подаче новостного материала аудитории;
* Простота синхронизации выпуска новостей, перекрестные ссылки друг на друга во всех форматах;
* Повышение качества журналистики.

Концепция конвергенции успешно реализуется мировыми изданиями. Сегодня любое СМИ распространяет информационный продукт на нескольких платформах в разных форматах: аудио, видео, текст, инфографика. Интегрированная система работы позволяет изданиям удовлетворить потребности аудитории, которая хочет получать информацию в любом месте, в любое время и на любом цифровом носителе.

Процесс конвергенции СМИ приводит к изменениям в редакциях мировых и российских изданий, и, следовательно, к реорганизации рабочих процессов вокруг создания новостной истории. Сегодня факт публикации новостного материала в СМИ не является конечным пунктом его создания. В современных редакциях новостная история после публикации продолжает развиваться, обрастая новыми деталями, по мере поступления свежей информации. Таким образом, каждая новостная история превращается в кубик с гранями, каждая из которых символизирует определенный формат истории. Редакция производит некий контент, который затем можно легко видоизменить в зависимости от требований аудитории.

Также процесс конвергенции приводит к изменениям функций и задач журналиста: появляется понятие «универсальный журналист». «Универсальный журналист» – основная рабочая единица современных объединенных редакций, это мультиформатный медиапрофессионал, способный создавать информационный продукт сразу для всех технологических платформ СМИ. Кроме того, в редакциях появляются новые роли: редактор потока новостей, «добытчик данных», редактор пользовательского контента, редактор мультимедийного контента. Их функции также были описаны в дипломной работе.

Во второй главе был проведен анализ содержания, распространяемого в конвергентных редакций ведущих российских деловых изданий: газет «Ведомости», «Коммерсантъ», «РБК Daily». Эти издания одними из первых в России перешли на интегрированную систему подачи новостей. В ходе работы был проведен анализ содержания, распространяемого всех технологических площадках изданий. Были подробно изучены рубрики печатных изданий, разделы их интернет-порталов. Также было проведено сравнение подачи материалов в печатных газетах и их он-лайн версий.

Можно отметить, что российские медиа-холдинги, несмотря на более позднее включение в процесс конвергенции, в отличие от западных коллег, успешно реализуют концепцию объединения. Большинство российских изданий имеет свои интернет-порталы, а некоторые радиостанцию и телеканал. Все они учатся создавать мультимедийный контент, используя все возможные технические средства и платформы для максимально полного освещения событий. Единый штат работает над созданием материалов для печатной и интернет-версий изданий, что приводит к повышению качества и информативности контента. Издания медиа-холдинга «РосБизнесКонсалтинг», издательских домов Independent Media и «Коммерсантъ» при создании материалов используют метод кросс-медийного повествования, оставляя в статьях перекрестные ссылки на те продукты, где можно получить более полную информацию. Таким образом, читатель получает максимум информации об определенном событии: он читает первоначальный текст, переходит по ссылкам к дополнительной информации и к статьям «на тему», он смотрит фотографии и видеоролики, слушает подкасты, знакомится с мнениями журналистов и блоггеров, комментирует сам. Так, он сам становится участником процесса формирования новостной истории.

Подводя итог работы, можно сделать следующий вывод: реализация концепции объединенной редакции приносит свои плоды. Российские издания, следуя примеру и опыту зарубежных, успешно реализуют подачу мультимедийного контента, распространяя его на всех возможных технолоических платформах. Объединение журналистов в единой конвергентной редакции повышает эффективность работы и качество продукта. А если интернет-портал – это только одно из направлений деятельности холдинга, как в рассмотренных примерах, конвергированная редакция – это хороший способ сплотить людей из он-лайн и офф-лайн редакций. Таким образом, современные издания полностью удовлетворяют потребности стремительно меняющейся аудитории: подают информационный продукт в режиме он-лайн и постоянного обновления и по всем технологическим каналам.

**Список использованных источников и литературы**

1. М.В. Луканова. Текст СМИ и конвергенция / Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 205–214

Б.Н. Лозовский. Журналистика: краткий словарь. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004.

1. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования: cб. Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий; под ред. И.И. Засурского. – МГУ, 2007
2. А.И. Черных. Мир современных медиа; [сост. сер.: В.В. Анашвили, А.Л. Погорельский; науч. совет: В.Л. Глазычев и др.]; М.: Территория будущего, 2007

Медиа. Введение: учеб. для вузов по гуманитарно-социальным специальностям и специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама» / А. Бриггз [и др.] пер. с англ.; под ред. А. Бриггза. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2005

1. Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / А. Калмыков, Л. Коханова. – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2005
2. Журналистика в стиле он-лайн: использование Internet и других электронных ресурсов / Р. Рэддик [и др.] пер. с англ.; под ред. и предисл. Е.П. Ворониной. – М. Национальный институт прессы Вагриус, 1999
3. А.Р. Багаутдинов. Конвергенция: подходы, мнения и реальность // Мультимедийная журналистика Евразии – 2007: интегрированные маркетинговые технологии Востока и Запада: Материалы научно-практической конференции, Казань, 5–6 декабря 2007 года. – Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2007
4. Я.Н. Засурский. Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество. – 1999. – №1.
5. Э. Де Боно. Шесть фигур мышления. – СПб.: Питер, 2010

Perspectives on Multimedia: Communication, Media and Information Technology by Robert Burnett (Editor), Anna Brunstorm (Editor), Enders G. Nilsson (Editor). – Wiley, England, 2004. P.2

Esther Dyson. Release 2.0: A Design for Living in the Digital Age

1. Exploring electronic media chronicles and challenges Peter B. Orlik, Steven D. Anderson, Louis A. Day, W. Lawrence Patrick. Blackwell Publishing, 2007
2. Media and society in the twentieth century a historical introduction by Lyn Gorman and David McLean. Blackwell Publishing, 2003

The philosophy behind the integrated newsroom [Электронный ресурс] – URL: http://www.journalism.co.uk/5/articles/53034.php

АртВебМедиа. Рекламное агентство [Электронный ресурс] – URL: http://www.artwebmedia.ru/glossary/definit/multimedia/? q=352&n=144

1. Что такое новые медиа? [Электронный ресурс] – URL: http://moreintelligentweb.net/post/200

Norway: the profitable strategy of newsroom integration [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2009/01/norway\_the\_profitable\_strategy\_of\_newsro.php

1. Doing more with less: The Guardian’s smooth move to platform-neutral integration [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2009/01/\_guardian\_news\_media.php

WSJ.com relaunches, revamps newaroom: «This is just the beginning» [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2008/09/wsjcom\_relaunches\_revamps\_newsroom\_this.php

Reorganisation at the Washington Post as it heads towards newsroom integration [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/newsrooms\_and\_journalism/2009/04/reorganisation\_at\_the\_washington\_post\_as.php

Model for the 21st century newsroom pt.6: new journalists for new information flows [Электронный ресурс] – URL: http://onlinejournalismblog.com/2008/12/04/model-for-the-21st-century-newsroom-pt6-new-journalists-for-new-information-flows/

Journalism From Inside a Car Электронный ресурс] – URL: http://www.mediabistro.com/articles/cache/a9435.asp

Журналист должен мыслить категориями мультимедиа [Электронный ресурс] – URL: http://lbi.liga.net/corp/smi/CO080005.html

«РБК» выходит на рынок прессы [Электронный ресурс] – URL: http://www.mediaatlas.ru/items/? id=867&cat=interview

РБК – третья [Электронный ресурс] – URL: http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml? 2009/05/22/196803

В течение полугода аудитория деловых печатных СМИ РБК в среднем выросла на 40% [Электронный ресурс] – URL: http://www.rbc.ru/info/info\_rbc\_smi.shtml

1. РБК daily стала первой [Электронный ресурс] – URL: http://www.rbcdaily.ru/2008/11/20/media/391120
2. Газета «РБК daily» стала выходить в печатной версии [Электронный ресурс] – URL: http://www.advesti.ru/news/press/2592006rbk

[Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org

[Электронный ресурс] – URL: http://magazine.rbc.ru/

1. [Электронный ресурс] – URL: http://vedomosti.ru/
2. [Электронный ресурс] – URL: http://kommersant.ru/
3. «Ведомости» читают 95 тысяч миллионеров [Электронный ресурс] – URL: http://www.mediaguide.ru/? p=news&id=46dbc96e
4. Реклама в газете Коммерсантъ. Размеры читательской аудитории [Электронный ресурс] – URL: http://www.brand-pressa.ru/serv\_\_idP\_53\_idP1\_721\_idP2\_2089\_idP3\_2091.html
5. Schantin’s Weblog [Электронный ресурс] – URL: http://schantin.wordpress.com/
6. [Электронный ресурс] – URL: http://en.wikipedia.org/
7. [Электронный ресурс] – URL: http://www.wan-ifra.org/
8. Print and Online: Newspaper Publishers in the Age of Cross-Media [Электронный ресурс] – URL: http://www.goethe.de/wis/med/pnt/vuv/en5082909.htm
9. 25 Tips for a Modern Newsroom [Электронный ресурс] – URL: http://www.fernandosamaniego.com/page/2/
10. Convergent Newsroom [Электронный ресурс] – URL: http://www.slideshare.net/Khomenok/convergent-newsroom
11. Speed bumps in the newsroom [Электронный ресурс] – URL: http://new.jmc.kent.edu/newsroom/page11.html
12. Inside the changing newsroom: journalists’ responses to media convergence [Электронный ресурс] – URL: http://robertoigarza.files.wordpress.com/2009/04/art-journalists-responses-to-media-convergence-saltzis-2007.pdf
13. Kenyan Media Part 1: Is newsroom integration possible for multi-media conglomerates? [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2008/11/integration\_challenges\_for\_media\_conglom.php
14. The Daily Telegraph case: Multimedia Newsroom Integration [Электронный ресурс] – URL: http://video.ariom.ru/v/2yXT\_1pvDv4.html
15. Trends in Newsroom [Электронный ресурс] – URL: http://www.trends-in-newsrooms.org/home.php
16. Convergence leads to questions of journalism quality [Электронный ресурс] – URL: http://sc.edu/cmcis/news/convergence/v7no2.html#rc
17. Post-Convergence Journalism [Электронный ресурс] – URL: http://journalismmashup.wikidot.com/post-convergence-journalism
18. Newsroom design: can be a detail, must create a central point [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2007/11/newsroom\_design\_can\_be\_a\_detai.php
19. Wall Street Journal Cuts 25 Newsroom Jobs, Shutters Fashion Group [Электронный ресурс] – URL: http://www.huffingtonpost.com/2009/02/05/wall-street-journal-cuts\_n\_164461.html
20. Integrated Newsrooms part 1: The new Telegraph model [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2007/01/integrated\_newsrooms\_part\_1\_the\_new\_tele.php
21. 15th World Editors Forum: Newsroom Integration – Why, How and When [Электронный ресурс] – URL: http://www.uapp.org/conferences/4572.html
22. The Integrated Newsroom in a Web First World [Электронный ресурс] – URL: http://www.dtint.com/Solutions/Documentation/Whitepapers/Integrated-Newsroom-57012.html
23. A newsroom is not a prison! [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2006/11/a\_newsroom\_is\_not\_a\_prison.php
24. Associated Press: detailing the road to integration [Электронный ресурс] – URL: http://www.editorsweblog.org/analysis/2007/05/associated\_press\_detailing\_the\_road\_to\_i.php
25. Integrated newsroom at de Volkskrant [Электронный ресурс] – URL: http://ipjtraining.wordpress.com/

1. http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2009/05/22/196803 [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.rbc.ru/info/info\_rbc\_smi.shtml [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.rbcdaily.ru/2008/11/20/media/391120 [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.rbcdaily.ru/2008/11/20/media/391120 [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.advesti.ru/news/press/2592006rbk [↑](#footnote-ref-5)
6. http://is-empty.winlink.ru/proxy/?q=aHR0cDovL3d3dy5yYmMucnUvYWR2ZXJ0L3J1Yi9jb21wYW55X2FkdmVydC1tYWdhemluZS5zaHRtbA%3D%3D [↑](#footnote-ref-6)
7. http://magazine.rbc.ru/ [↑](#footnote-ref-7)
8. http://www.mediaguide.ru/?p=news&id=46dbc96e [↑](#footnote-ref-8)
9. http://www.brand-pressa.ru/serv\_\_idP\_53\_idP1\_721\_idP2\_2089\_idP3\_2091.html [↑](#footnote-ref-9)