

УДК 070 (070.001)  
ББК 76

**П.П. Чернецкий**

## **ВЛИЯНИЕ НОВОСТНЫХ АГРЕГАТОРОВ НА КАЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ- ЖУРНАЛИСТИКИ**

Статья посвящена новостным агрегаторам и их влиянию на качество журналистики в интернете. В работе дается определение понятию «новостные агрегаторы», подробно описываются самые известные из них, а также перечисляются некоторые серьезные проблемы, с которыми новостные агрегаторы сталкиваются на сегодняшний день. Кроме того, в статье доказывается тезис о том, что новостные агрегаторы оказывают негативное влияние на качество новостей в интернете. Это связано прежде всего с написанием текстов для роботов, а не для людей, с упором не на качество и глубину проработки тем, а на скорость.

**Ключевые слова:** журналистика в интернете, новостные агрегаторы, методы интернет-журналистики, масс-медиа, юридические проблемы журналистики, сетевые СМИ.

**Чернецкий Петр Петрович** – аспирант Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета  
Тел.: 8-988-515-88-32  
E-mail: web@krestianin.ru

© Чернецкий П.П., 2015.

Сегодня печатные издания все быстрее теряют свою аудиторию, которая постепенно уходит в интернет. Это связано как с удешевлением доступа к глобальной сети, так и с ростом ее доступности. По данным TNS-Россия, за 2013 г. аудитория интернета выросла на шесть процентов [Алексеева].

Рост интернет-аудитории происходит на фоне падения тиражей печатных СМИ. С большой вероятностью в ближайшие несколько лет крупнейшие российские издатели будут смещать свой интерес с «принта» на «веб».

С постоянным ростом интернет-СМИ толчок к развитию получили так называемые новостные агрегаторы.

Тема нашего исследования, несомненно, актуальна. Сегодня, когда наблюдается постоянный рост количества сетевых СМИ, а печатные издания теряют свою аудиторию, изучение новостных агрегаторов как нового явления в сетевой журналистике, приобретает особую важность. Цель нашей работы мы видим в том, чтобы доказать, что новостные агрегаторы оказывают непосредственное влияние на качество журналистских текстов в сети интернет.

Цель нашей работы определяет постановку следующих задач:

1. Дать определение понятию «новостные агрегаторы»;
2. Определить, какие новостные агрегаторы являются ведущими на сегодняшний день, а также описать их;
3. Описать юридические проблемы, связанные с новостными агрегаторами;

4. Доказать, что новостные агрегаторы влияют на качество интернет-журналистики.

Новостные агрегаторы – это интернет сервисы, автоматически собирающие новости с различных информационных ресурсов [Новостной агрегатор как способ раскрутки].

Можно сказать, что по сути это дайджест событий дня по версии нескольких СМИ. Новостные агрегаторы представляют читателю картину дня, делая это в большинстве случаев автоматически, при помощи специального алгоритма. Однако отметим, что новости могут подбираться как автоматически, так и вручную. Самые яркие представители первой группы – Яндекс Новости и Google News. Примеры второй группы – Новости@Mail.Ru, а также Meduza.

На наш взгляд, сегодня новостные агрегаторы занимают очень важную нишу в сетевой журналистике. Являясь порождением интернет-СМИ, они аккумулируют огромное количество материалов и автоматически создают информационную повестку дня. При этом такие агрегаторы сами по себе являются довольно влиятельными и набирающими все большую популярность СМИ.

Первым в России новостным агрегатором считается сервис «Яндекс.Новости». [Яндекс.Новости. Информация для СМИ].

Авторы данного сервиса видят свою задачу в следующем: «представить новостную картину дня, которая формируется на основе сообщений партнеров – новостных интернет-изданий. Все этапы обработки новостных сообщений выполняются компьютерными программами». [Там же]

Алгоритм, который лежит в основе Яндекс.Новостей, показывает на страницах сюжетов в первую очередь ссылки на «актуальные, информативные и цитируемые материалы» [Там же], при этом отбор по вышеуказанным критериям происходит полностью в автоматическом режиме, без участия людей.

Специальный алгоритм индексирует все предоставленные данные, после чего на страницах сервиса публикуются заголовки сообщений, ссылки с которых ведут на сайт издания. Все это приносит ощутимую пользу как Яндекс.Новостям, так и сайтам-партнерам, именно поэтому такое сотрудничество происходит на безвозмездной основе. Однако Яндекс предлагает и платные услуги для дополнительного продвижения сайтов партнеров.

Сервис Яндекс.Новости неоднократно подвергался критике. В частности, оспаривается заявление руководителей сервиса о якобы полностью автоматизированном отборе источников для топовых сюжетов. Существует мнение, что Яндекс зачастую отбирает те материалы, которые критикуют политику действующих российских властей. Сервис критикуют и за то, что подборка сюжетов и ссылок для них зачастую не демонстрирует истинный баланс мнений в отечественных средствах массовой информации, некоторые крупные события освещаются в неоправданно малых количествах, а в сюжетах в большом количестве пред-

ставлены ссылки на небольшие ресурсы, оппозиционно настроенные к действующей власти.

Так, сервис критиковали за освещение войны в Южной Осетии в августе 2008 г., протестного движения в России в 2011 – 2013 гг. и политического кризиса на Украине 2013 – 2014 [Скоробогатый]. Кроме того, в январе 2012 г., когда проходили протесты против фальсификации выборов, большая часть переходов осуществлялась на Gazeta.ru, rbc.ru и echo.msk.ru, которые часто критикуют нынешнюю российскую власть [Там же].

Еще один из крупнейших новостных агрегаторов России и мира – Google News – был создан в 2002 г., однако находился в режиме тестирования вплоть до 2006 г. Как и в случае с новостным агрегатором Яндекса, отбор материалов производится в автоматическом режиме, однако Google News делает акцент на персонализации: «новости Google – это автоматически создаваемый новостной сайт, на котором собраны заголовки более чем из 400 источников новостей по всему миру: похожие статьи группируются, а затем показываются в соответствии с личными интересами каждого читателя» [О Новостях Google].

Программисты Google News также не раскрывают алгоритм работы сервиса, однако заявляют, что система автоматически определяет рейтинг материалов на основании того, с какой частотой и на каких сайтах данная новость появляется в Интернете, при этом учитываются некоторые другие факторы. Поэтому «новости упорядочиваются независимо от политической позиции или идеологии, и пользователю предоставляются на выбор различные точки зрения на одно и то же событие» [Там же].

В данный момент новостные агрегаторы Google и Яндекс являются ведущими в России. Тем не менее, стоит перечислить и некоторые другие сервисы:

«Рамблер-Новости» (новостной агрегатор, совмещенный с редакторской модерацией новостей) [Рамблер новости]; Новости@Mail.ru (также присутствует редакторский отбор новостей, бывают коммерческие статьи) [Новости@Mail.ru], Meduza (полностью ручной отбор новостей) [Новости – Meduza].

В последнее время новостные агрегаторы все чаще сталкиваются с некоторыми трудностями. Главная трудность – власти хотят приравнять их к СМИ в юридическом плане [Ольшанников]. Если это все-таки случится, многие из ведущих интернет-сервисов (в частности, Яндекс) готовы отказаться от новостей. Предполагается, что в этом случае они пострадают не очень сильно, однако сайты медиакомпаний может ждать падение трафика (некоторые СМИ могут потерять до 30 % аудитории).

Известно, что у сервиса Яндекс.Новости нет своей редакции и модераторов, сервис не пишет собственные материалы, у него нет редакционной политики и своей точки зрения, все новости поставляют партнеры [Луганская]. У Google и Rambler новости также агрегируются автоматически. В том случае, если данные новостные агрегаторы приравня-

ют к СМИ, им придется нанимать громоздкие редакции. Кроме того, им придется нести ответственность за достоверность каждого материала, а также отвечать за нецензурные комментарии к новостям. Лицензия СМИ по закону может быть отозвана, если в течение 12 месяцев издание получит два предупреждения от Роскомнадзора, например, за нецензурные высказывания или призывы к национальной розни [Там же]. Тем не менее, по данным на май 2015 г., ведущие российские новостные агрегаторы вряд ли приравняют к СМИ в скором времени. Тем не менее такая возможность не исключается в перспективе.

При этом мы считаем, что из-за новостных агрегаторов происходит снижение качества новостей в сети интернет.

Как показывает статистика, у многих крупных новостных сайтов значительная доля трафика приходится как раз на новостные агрегаторы. Например, у МИА «Россия сегодня» (экс РИА «Новости»), одного из самых посещаемых новостных сайтов России (по данным Liveinternet) [Рейтинг российских СМИ], доля трафика из новостных агрегаторов составляет не менее 30%. А вот, например, у ростовского регионального новостного портала kr-news.ru по состоянию на начало мая 2015 г. также количество посетителей, пришедших на сайт из новостных агрегаторов (в первую очередь – Яндекс.Новости), превалирует над остальными [Статистика посещаемости сайта kr-news.ru].

В этих условиях становится очевидным, что новостные агрегаторы помогают новостным сайтам привлечь значительную аудиторию. Для этого новостные порталы стремятся попасть в ведущие новостные агрегаторы и «перехватить» максимальное количество трафика. В связи с тем что функционирование большинства новостных агрегаторов связано с работой «роботов», специальных алгоритмов без ручной премодерации, новостные сайты стремятся разгадать «правила игры», принцип работы алгоритмов, и начинают писать новости не для живых людей, а для роботов. Как следствие, мы видим заголовки, часто не соответствующие элементарным законам стилистики, громоздкие и «корявые», с большим количеством повторов и несущие в себе избыточную информацию. Это помогает «роботам», и новости, написанные по таким правилам, могут, например, попасть в топ Яндекс.Новостей, однако для простого посетителя сайта они становятся совершенно нечитабельными.

Другая заметная тенденция – в погоне за трафиком из новостных агрегаторов информационные порталы не гонятся за эксклюзивом, а переписывают новости друг у друга. Бывает так, что некий сайт является первоисточником какой-нибудь значимой новости, но пишет ее не по правилам новостных агрегаторов. В то же самое время конкурент этого сайта делает упрощенный и сырой рерайт данной новости, однако соблюдает все правила, попадая, таким образом, в топ всех новостных агрегаторов и привлекая огромный трафик, в то время как первоисточник этой новости плетется где-нибудь в конце. Прочие их конкуренты, видя, что новость «выстрелила», так же делают ее рерайт, еще менее подробный и более сырой. В этой ситуации пропадает смысл искать новые

подробности и расширенные материалы, так как они и так могут с минимальными затратами ресурсов «сорвать куш» в виде огромного трафика, состоящего из потенциально лояльной аудитории. Зачем же в такой ситуации искать эксклюзив и писать энергозатратные материалы, если при помощи простой кражи новости можно привлечь огромную аудиторию, а затем ее выгодно продать? Это же касается работы с пресс-релизами. Как показывает практика, самые читаемые новости основываются на релизах ГУ МВД, так как они посвящены различным происшествиям, ДТП, криминалу и убийствам. Региональные СМИ стремятся привлечь на сайт максимально большую аудиторию, поэтому уделяют криминалу и ДТП значительное внимание. Как следствие, мы видим, что ленты многих региональных новостных порталов состоят из рерайтов сообщений пресс-службы МВД, посвященных убийствам и авариям.

Это происходит в большинстве регионов России, неизменно влияя на ухудшение качества новостей в интернете в целом. Среди ярких примеров – сайт «Южный федеральный» ([www.u-f.ru](http://www.u-f.ru)), переписывающий абсолютно все топовые новости, имеющий довольно большую, однако «мусорную» аудиторию.

И третья тенденция – новости часто берутся из социальных сетей. При этом основная аудитория интернета сейчас как раз читает новости в социальных сетях, а не на новостных сайтах. А суть социальных сетей – в клиповости, сенсационности, ярких картинках и поверхностной подаче информации. Тем не менее, журналисты часто черпают там информацию, которая оказывается либо «фейковой», либо устаревшей.

Выход из данной ситуации мы видим в введении более строгих параметров отбора новостных порталов для включения их в новостные агрегаторы. Кроме того, мы полагаем, что ручная премодерация также должна быть внедрена, но не для определения повестки дня, а для удаления «информационного мусора» из сюжетов.

Кроме того, самые успешные сайты в принципе не должны рассчитывать на новостные агрегаторы, а стремиться приобрести постоянную лояльную аудиторию. Для этого им следует полагаться не на количество переписанных у конкурентов новостей, а на качество, на глубокую проработку тем и на объективное определение картины дня. Читатели постепенно устают от сумбура и огромного количества всевозможных новостей. Хороший пример – сайт «Тюльская слобода» ([www.myslo.ru](http://www.myslo.ru)). Данный сайт практически не транслирует свои новости в новостные агрегаторы, однако является лидером в своем регионе. Портал делает упор на определение информационный повестки дня, а также на создание интересных спецпроектов. Удивляет высокая глубина просмотров на одного посетителя [Статистика посещаемости сайта [myslo.ru](http://myslo.ru)].

Как показывает практика, посетителей сайта, даже самых вдумчивых и критически мыслящих, необходимо вести по сайту, указывать им, что более всего важно в данный момент, а не оставлять их наедине с огромным количеством разрозненных информационных сообщений, через которые трудно пробраться. Отсюда можно сделать вывод, что но-

востные агрегаторы со временем будут терять свою популярность, а на первое место будут выходить ручная модерация и ручное определение информационной повестки дня. Отметим также, что в моду постепенно входит визуализация, а «чистые» тексты посетители интернета читают все меньше ввиду отсутствия для этого времени. Отсюда также можно сделать вывод, что в будущем читателей в первую очередь будет интересовать «визуализированная» повестка дня, созданная профессиональными журналистами.

### Литература

*Алексеева Т.И.* Проблема перехода печатного издания в электронный формат на примере газеты «Вузовский вестник». [Электронный ресурс] – URL: <http://mic.org.ru/8-nomer-2014/290-problema-perekhoda-pechatnogo-izdaniya-v-elektronnyj-format-na-primere-gazety-vuzovskij-vestnik> (дата обращения: 02.06.2015).

*Луганская Д.* Почему «Яндекс» и другие новостные агрегаторы не готовы работать как СМИ. [Электронный ресурс] – URL: <http://rbcdaily.ru/media/562949991681467> (дата обращения: 02.06.2015).

Новости на главной странице Новостей Google. [Электронный ресурс] – URL: <https://support.google.com/news/answer/40213?hl=ru> (дата обращения: 02.06.2015).

Новости – Meduza. [Электронный ресурс] – URL: <https://meduza.io> (дата обращения: 02.06.2015).

Новости@Mail.ru. [Электронный ресурс] – URL: <https://news.mail.ru> (дата обращения: 02.06.2015).

Новостной агрегатор как способ раскрутки. [Электронный ресурс] – URL: [http://www.proview.ru/news\\_agregator\\_unwind](http://www.proview.ru/news_agregator_unwind) (дата обращения: 02.06.2015).

О Новостях Google. [Электронный ресурс] – URL: [http://news.google.ru/intl/ru\\_ru/about\\_google\\_news.html](http://news.google.ru/intl/ru_ru/about_google_news.html) (дата обращения: 02.06.2015).

Ольшанников А. Цензура для всех! Госдума хочет приравнять «Яндекс» к СМИ. «Давайте еще и Почту России заодно – она тоже распространяет» [Электронный ресурс] – URL: <http://ura.ru/news/1052180883> (дата обращения: 02.06.2015).

Рамблер новости. [Электронный ресурс] – URL: <http://news.rambler.ru> (дата обращения: 02.06.2015).

Рейтинг российских СМИ. [Электронный ресурс] – [Электронный ресурс] – URL: [http://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/index.html#RS\\_Total/Riaru\\_Total](http://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/index.html#RS_Total/Riaru_Total) (дата обращения: 02.06.2015).

Реклама на сервисах Яндекса. [Электронный ресурс] – URL: <https://advertising.yandex.ru/media/banner/news.xml> (дата обращения: 02.06.2015).

Скоробогатый П. Сетевая омерта России. [Электронный ресурс] – URL: <http://expert.ru/expert/2014/26/setevaya-omerta-rossii> (дата обращения: 02.06.2015).

Статистика посещаемости сайта kr-news.ru. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/krestianin.ru/index.html> (дата обращения: 02.06.2015).

Статистика посещаемости сайта myslo.ru. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/myslo.ru/index.html> (дата обращения: 02.06.2015).

Статистика посещаемости сайта ria.ru. [Электронный ресурс] – URL: [http://www.liveinternet.ru/stat/RS\\_Total/Riaru\\_Total/sources.html](http://www.liveinternet.ru/stat/RS_Total/Riaru_Total/sources.html) (дата обращения: 02.06.2015).

### *References*

Alekseeva T.I. Problema perekhoda pechatnogo izdaniya v elektronnyi format na primere gazety «Vuzovskii vestnik». [Elektronnyi resurs]. URL: <http://mic.org.ru/8-nomer-2014/290-problema-perekhoda-pechatnogo-izdaniya-v-elektronnyj-format-na-primere-gazety-vuzovskij-vestnik> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Luganskaya D. Pochemu «Yandeks» i drugie novostnye agregatory ne gotovy rabotat' kak SMI. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://rbcdaily.ru/media/562949991681467> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Novosti na glavnoi stranitse Novostei Google. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://support.google.com/news/answer/40213?hl=ru> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Novosti — Meduza. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://meduza.io> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Novosti@Mail.ru. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://news.mail.ru> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Novostnoi agregator kak sposob raskrutki. [Elektronnyi resurs]. URL: [http://www.proview.ru/news\\_ggregator\\_unwind](http://www.proview.ru/news_ggregator_unwind) (data obrashcheniya: 02.06.2015).

O Novostyakh Google. [Elektronnyi resurs] – URL: [http://news.google.ru/intl/ru\\_ru/about\\_google\\_news.html](http://news.google.ru/intl/ru_ru/about_google_news.html) (data obrashcheniya: 02.06.2015)

Ol'shannikov A. Tsenzura dlya vsekh! Gosduma khochet priravnyat' «Yandeks» k SMI. «Davaite eshche i Pochtu Rossii zaodno — ona tozhe rasprostranyaet». [Elektronnyi resurs]. URL: <http://ura.ru/news/1052180883> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Rambler novosti. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://news.rambler.ru> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Reiting rossiiskikh SMI. [Elektronnyi resurs]. URL: [http://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/index.html#RS\\_Total/Riaru\\_Total](http://www.liveinternet.ru/rating/ru/media/index.html#RS_Total/Riaru_Total) (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Reklama naservisakh Yandeksa. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://advertising.yandex.ru/media/banner/news.xml> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Skorobogatyi P. Setevaya omerta Rossii. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://expert.ru/expert/2014/26/setevaya-omerta-rossii> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Statistika poseshchaemosti saita kr-news.ru. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/krestianin.ru/index.html> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Statistika poseshchaemosti saita myslo.ru. [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/myslo.ru/index.html> (data obrashcheniya: 02.06.2015).

Statistika poseshchaemosti saita ria.ru. [Elektronnyi resurs]. URL: [http://www.liveinternet.ru/stat/RS\\_Total/Riaru\\_Total/sources.html](http://www.liveinternet.ru/stat/RS_Total/Riaru_Total/sources.html) (data obrashcheniya: 02.06.2015).

**Chernetsky P.P.** (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russian Federation)

**News aggregators influence on the quality of Internet-journalism**

The article is devoted to the news aggregators and their impact on the quality of journalism in the Internet. The paper gives a definition of “news aggregators”, details the most famous of them, and lists some of the major problems which news aggregators are facing today. In addition, the article proves the thesis that news aggregators have a negative impact on the quality of news online. This is primarily due to the writing of the text for robots, not people, with a focus not on the quality and depth of the study, but the speed. Another major problem - the “theft” of news by websites-competitors and each other, as well as rewriting messages of various news services with a focus on sensationalism. All this leads to a general decline in the quality of journalistic texts on the Internet - in an effort to attract additional traffic news websites often the quality of materials are put into the background. At the end of the article it is made a forecast on the future of news aggregators.

**Keywords:** *Internet journalism, news aggregators, methods of Internet journalism, media, legal problems of journalism, online media.*

**Chernetsky Petr Petrovich** – post-graduate student, Institute of filology, journalism and cross-cultural communication Southern Federal University.

Phone: 8-988-515-88-32; e-mail: web@krestianin.ru