

**Н. А. Померанцева**

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

**Л. Л. Делицын**

*Московский государственный институт культуры,*

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова*

## **Ресурсы баз данных информационных агентств для журналистов и аналитиков. (Аналитическая характеристика)**

Проанализированы наиболее известные зарубежные и российские базы данных информационных агентств (Bloomberg, Dow Jones Risk and Compliance, «Интерфакс», ИТАР-ТАСС) и другие справочные информационные сервисы (LexisNexis, «Интегрум», «Картотека», Factiva, Dun & Bradstreet). Представлена краткая история их появления. Системы типированы по основным признакам и классифицированы с точки зрения их контента и способов доступа (открытые/закрытые). В некоторых случаях дано техническое описание СУБД. Приведены сценарии их возможного применения в работе журналиста и аналитика. На примере последнего показано их использование в практической работе.

На основе предложенной классификации проведён сравнительный анализ преимуществ и недостатков БД информационных агентств (закрытые информационные системы) и информационно-поисковых систем интернета (открытые информационные системы) в журналистской и аналитической деятельности.

**Ключевые слова:** базы данных, информационные агентства, «СКАН-Интерфакс», «СПАРК-Интерфакс», ИТАР-ТАСС, «Интерфакс», «Картотека», «Коммерсантъ», «Интегрум», открытые информационные системы.

---

## Nadezhda Pomerantseva and Leonid Delitsyn

*M. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia*

### **Databases of information agencies for journalists and analysts. (Analytical characterization)**

Using databases simplifies significantly the preparation of journalistic and analytical materials and complements online information search and verification practice. Introducing databases into everyday work of the mass-media results in the rise of the “data-driven journalism”.

The authors analyze in brief the most popular foreign and Russian databases being maintained by news agencies (Bloomberg, Dow Jones Risk and Compliance, Interfax, ITAR-TASS) and by other information services (LexisNexis, Integrum, Kartoteka, Factiva, Dun & Bradstreet). Their history is discussed; they are defined by types and classified according to their content and access method (open/closed). In several cases, the database management system specifications are provided. Scenarios for use are given for journalists and analysts, for the latter the practical use is exemplified.

Based on the classification they are suggesting, the authors compares the pros and drawbacks in using databases by news agencies (closed information systems) and Internet-based information retrieval systems (open systems) in journalism and analytics.

**Keywords:** databases, news agencies, analytics, SCAN-Interfax, SPARK-Interfax, ITAR-TASS, Interfax, Kartoteka, Kommersant, Integrum, open information systems.

---

The American database LexisNexis provides access to professional information. This is the world's largest archive of legal documents (depth of 600 years) and personal data of 65 billion people worldwide. The electronic library has more than 35 thousand sources. The principle of reuse of content is implemented in the "Bloomberg" system. Access is provided free of charge in exchange for a mandatory reference. The tendency to openly provide the software code is typical for large companies, like Mail.Ru Group, Google, Microsoft, Yandex. Analytical service Factiva created by Reuters and DowJones in 1999, it has 33 thousand information resources. Dow Jones is releasing the Dow Jones Risk and Compliance database. This database contains information on public officials (politicians, officials and judges), as well as their relatives and close associates. The Dun & Bradstreet database, founded in 1841 for the collection and storage of credit histories, today contains a structured on a unified standard information on more than 140 million companies in 209 countries and is included in the list of international ISO standards. In Russia, the primary function of databases was access to electronic media archives. The first electronic archives were provided by the news agency

Integrum (the Artefact database of media, the archive of Russian mass media since 1992) and Public.ru (archive of mass media since 1990). Services that organize and provide factual data about companies, including financial indicators, Card index, appears in Russia since the mid-1990s. The specialized database "Kartoteka" from the "Valaam", appeared in 1995 and was linked to the publishing house "Kommersant". The SPARK-Interfax database appeared in 2004 today is one of the most cited in the media, despite the fact that the cost of access (from thirty thousand rubles a month) is high. The system provides official registration data of Russian companies, data on managers, lists of shareholders, financial statements and automatically calculated financial analysis results. Information services TASS should be noted as a platform under the TASS business brand has been working with ITAR-TASS since 2016 as well. It is business-oriented, not for the journalistic community.

---

Базы данных (БД), содержавшие поначалу научно-техническую, а затем деловую информацию, стали играть важную роль на рынке информационных услуг начиная с середины 1960-х гг. [1, 2]. В качестве основных участников этого рынка (поставщиков, продавцов) в монографии [1] выделены издатели и операторы БД, информационные брокеры, в том числе предлагающие сервисы при помощи интернета.

В арсенале журналистов в качестве постоянного инструмента БД появились на Западе через два, а в России через три десятилетия после их появления. Сегодня их использование существенно упрощает процесс подготовки журналистских и аналитических материалов, дополняя распространённую практику поиска и проверки информации с помощью онлайн-ресурсов.

### **Зарождение и развитие баз данных информационных агентств**

Первыми, кто осознал, что БД как способ обработки и «упаковки» информации будут востребованы журналистами, стали зарубежные информационные агентства (ИА).

В 1963 г. в британском ИА *Reuters* кардинально поменялись правила работы с информацией [3]: каждая новость на новостной ленте стала помечаться специальным тиккером (так на бирже помечали ценные бумаги компаний), определяющим её принадлежность к конкретной отрасли или компании. По тиккерам клиент мог сформировать собственную базу новостей по интересующей теме.

К концу 1970-х гг. в США появились и первые «информационные брокеры». Эти коммерческие фирмы не производили контент, а специализировались на сборе экономической и деловой информации и продавали её клиентам в виде готовых БД. Однако именно они фактически создали рынок информационных услуг, определив его основной товар [2].

В 1990-е гг. БД становятся рабочим инструментом журналистов в США [5], хотя при создании БД они не входили в целевую аудиторию этих информационных продуктов. Д. Уллмен называет БД величайшим, самым оперативным источником новейшей информации для журналиста: «Они избавляют нас от необходимости заново изобретать велосипед и напоминают нам, что он уже изобретён и многие на нём катаются в своё удовольствие» [Там же].

Сегодня основные БД, используемые журналистами, можно условно поделить на две группы: те, что включают в себя неновостную информацию («чистые» данные), и электронные библиотеки журналистских материалов и оригиналов документов (пресс-релизов, отчётов, судебных решений и пр.) [6].

### **Базы данных зарубежных информационных агентств**

**LexisNexis.** В тройку крупнейших информационных служб мира часто включают американскую компанию *LexisNexis* – оператора баз данных (ОБД), предоставляющего доступ к профессиональной информации [1]. Как и другие ОБД, компания первоначально не являлась производителем контента и участником рынка масс-медиа. Она возникла путём слияния двух крупных продавцов информации – *Mead Data Central*, обслуживающего американских юристов, и *Nexis*, который первым стал вести электронный архив СМИ.

Информационные «активы» объединённой компании в итоге стали крупнейшим в мире архивом юридических документов (глубиной 600 лет) и записей из государственных архивов с персональными данными 65 млрд человек. Электронная библиотека журналистских текстов и книг насчитывает более 35 тыс. источников по всему миру.

Подписка на БД этого оператора многим редакциям была просто не по карману. В итоге журналисты стали ходить в публичные библиотеки или университеты, где *LexisNexis* можно было воспользоваться бесплатно.

**Bloomberg.** Принцип многоразового использования контента наиболее последовательно реализован в работе информационной системы «*Блумберг*» (*Bloomberg*) [6].

Первоначально сервис *Bloomberg* представлял собой биржевые сервисы (потоки данных). Новости составляли небольшую часть информационного потока терминала *Bloomberg L.P.* – в терминале *Bloomberg* использовались новостные ленты другого ИА, специализирующегося на финансовой и эко-

номической информации, – *Dow Jones*. В 1990 г. без объяснения причин агентство *Dow Jones* в одностороннем порядке разорвало контракт на использование новостей. В результате компания основала собственное ИА.

*Bloomberg* начал распространение сервисов ИА *Bloomberg News*, когда его информационные терминалы с доступом к БД по ценным бумагам уже были установлены в редакциях всех крупных американских газет. Доступ к БД предоставлялся сотрудникам СМИ бесплатно в обмен на обязательную ссылку на них как источник информации при цитировании [4].

Как отмечалось в монографии [1], на современном этапе создатели БД занимаются наполнением их содержания, в то время как программная и техническая подготовка БД может выполняться поставщиками на контрактной основе. Полезным представляется сообщение разработчика и администратора БД Арта Кагеля об эволюции программных и технических средств, которые *Bloomberg* использовала с 1993 по 2007 г. [7].

Изначально *Bloomberg* использовала собственную систему управления базами данных (СУБД), которая называлась *ISAM*. После того как появились внутренние ограничения *ISAM*, препятствующие росту объёма хранимой информации, компания сменила *ISAM* на реляционную СУБД, разработанную корпорацией *Informix*. Однако в 2001 г. бизнес БД *Informix* был приобретён компанией *IBM*, которая убедила *Bloomberg* попробовать мигрировать на СУБД *DB2*. Параллельно для ряда новых проектов использовалась СУБД *Oracle*. При этом, опасаясь попасть в зависимость от поставщика СУБД, *Bloomberg* не переставала развивать собственную систему *ISAM* и при помощи *OpenSQL* надстроила реляционный слой над базами, созданными на *ISAM*.

В итоге компания постепенно заменила решения сторонних поставщиков собственной СУБД – этот процесс длился восемь лет. Более того, *Bloomberg* открыла код своей СУБД, сделав его доступным независимым разработчикам на популярном ресурсе *GitHub*. Это является частью информационной политики компании, которая одной из первых использовала приёмы по формированию контента 2.0 – пользователи могли загрузить в терминал свои собственные БД, сделав их доступными для других клиентов *Bloomberg*.

На наш взгляд, тенденция открыто предоставлять код программного обеспечения характерна для компаний, лидирующих в тех или иных рыночных нишах со значительным отрывом от конкурентов и рассчитывающих на внедрение своих платформ сторонними разработчиками. В частности, свою СУБД открыто предоставила *Mail.Ru Group*, а компании *Google*, *Microsoft* и *Yandex* опубликовали исходные коды своих систем машинного обучения.

**Factiva.** По принципу «информационной элитарности» построена работа и такого гиганта, как информационно-аналитическая служба *Factiva*, работающая на рынке с 1999 г. Будучи прямым конкурентом компании *LexisNexis*, эта служба, однако, имеет отношение к масс-медиа – её создателями выступили ИА *Reuters* и *Dow Jones*.

Сегодня *Factiva* – подразделение компании *Dow Jones*. В её базе источников – 33 тыс. информационных ресурса, из них к СМИ относятся только 3 тыс. [8].

Система сотрудничает с ведущими аналитическими агентствами и другими компаниями, предоставляющими информационные услуги, и предлагает своим подписчикам доступ к их исследованиям и материалам по принципу «одного окна».

**Dow Jones Risk and Compliance.** Помимо *Factiva*, *Dow Jones* выпускает ещё один популярный информационный продукт – БД *Dow Jones Risk and Compliance*. Эта БД содержит информацию о публичных должностных лицах (политиках, чиновниках и судьях), а также об их родственниках и ближайшем окружении, показывает взаимосвязи между персонами и списком аффилированных с ними лиц, включая родственников и друзей.

Эта БД использует открытые источники – обнародованные документы и сообщения СМИ, однако доступ к ней недёшев. Поэтому её основные потребители – не СМИ, а службы финансового мониторинга и специалисты по безопасности крупных коммерческих структур.

**Dun & Bradstreet (D&B).** Эта БД – справочник профайлов и справок по компаниям. База компании, основанной в 1841 г. для сбора и хранения кредитных историй, сегодня содержит структурированную по единому стандарту информацию о более чем 140 млн компаний в 209 странах мира и входит в перечень международных оценочных стандартов ISO. В БД D&B каждая компания имеет единый уникальный идентификатор – D-U-N-S®-номер (D-U-N-S®Number), по которому её можно найти. В США он выполняет роль идентификатора юридических лиц и является обязательным условием при регистрации любой компании. Основной продукт – *GRS (Global Reference Solution)* – глобальный корпоративный справочник, содержащий сведения о 230 млн компаний по всему миру. Представлена в России с 2015 г. как партнёр ИА «Интерфакс», чья аналитическая система «СПАРК-Интерфакс» входит в число информационных источников глобального справочника *D&B*.

## Базы данных российских информационных агентств

В России пионерами в распространении БД тоже стали ИА, при этом основной функцией их БД первоначально был доступ к электронным архивам СМИ.

**«Интегрум».** Электронные архивы прессы первыми стали предоставлять ИА «Интегрум» (БД СМИ «Артефакт», архив российских СМИ с 1992 г.) и *Public.ru* (архив СМИ с 1990 г.). При этом «Интегрум» представлял не только новостные материалы, но и первичные регистрационные данные, публичную отчётность компаний и госслужб, хотя это и не было в фокусе агентства [9].

**«Картотека».** Сервисы, организующие и предоставляющие фактические данные о компаниях, включая и финансовые показатели, стали появляться в России с середины 1990-х гг. Первым (в 1995 г.) стала специализированная БД «Картотека» от ИА «Валаам»; она была связана с ИД «Коммерсантъ», в 2011 г. переименована в «Коммерсантъ-Картотека». Особенность этой БД – бесплатный доступ для журналистов при условии цитирования её в публикациях в качестве источника информации.

**«СПАРК-Интерфакс».** Появившаяся в 2004 г. БД первичной и другой новостной информации «СПАРК-Интерфакс» от ИА «Интерфакс» быстро стала популярной среди масс-медиа и сегодня является одной из наиболее цитируемых в СМИ, несмотря на то что стоимость доступа (от 30 тыс. р. в месяц) для масс-медиа выше, чем для других категорий пользователей (поскольку даёт право цитирования и ссылок на СПАРК). Система предоставляет пользователям официальные регистрационные данные российских компаний, данные о руководителях, списки акционеров, финансовую отчётность и автоматически вычисленные результаты анализа финансовых показателей.

Приведём два примера практических задач, которые журналисты и аналитики финансовых компаний совместно решают при помощи системы СПАРК. Примеры иллюстрируют и возникающие в процессе разделения труда некоторые противоречия, обусловленные различием целей участников.

В первом примере за информационной услугой к аналитику финансовой компании обращается журналист делового издания, работающий над статьёй, на подготовку которой отведено менее половины рабочего дня. Новостной повод заключается в покупке крупным провайдером широкополосного доступа к интернету небольшого регионального игрока. Журналист запрашивает у финансовых компаний (заинтересованных в упоминании в прессе своего названия и экспертного мнения сотрудника), какова оценка стоимости сделки, которую сами участники не раскрывают, а также насколько

ко потенциально увеличится доля рынка и выручка провайдера благодаря этому приобретению.

Аналитик, использующий корпоративный доступ к СПАРК, находит финансовую отчётность приобретаемой региональной компании, которая включает показатели выручки и прибыли (в данном случае – убытков) за последние три года, и с целью вычисления оценки применяет к ним так называемые мультипликаторы, или множители, характеризующие типичные сделки на соответствующем рынке. В своей статье журналист ссылается на оценку аналитика, указывая его должность и фирму-работодателя.

Во втором примере журналист рассматривает подготовленный Государственной Думой РФ закон о так называемом краудфандинге (финансировании проекта массовым непрофессиональным инвестором) и обращается к аналитику за оценкой объёмов и перспектив рынка и капитализации основных игроков.

Аналитик находит в базе СПАРК информацию об обороте и прибыли каждой из относительно крупных компаний сферы краудфандинга и представляет журналисту совокупную оценку рынка и его перспектив. Эта оценка оказывается очень скромной, что не соответствует творческому замыслу журналиста, который намерен подчеркнуть общественную важность краудфандинга и подготовленного закона.

Пример иллюстрирует типичный временной масштаб задач подобного рода – даже на самую сложную из них аналитик не может тратить более одного или двух часов рабочего времени (поскольку, в соответствии с правилом Парето, в 80% случаев работает впустую). Однако даже самую быструю и грубую оценку такого рода нельзя получить без помощи БД.

**Информационные сервисы ТАСС.** Платформа для бизнеса под брендом «ТАСС-бизнес» с 2016 г. работает и у ИТАР-ТАСС. Она не ориентирована на журналистское сообщество. Для журналистов предназначен сервис «ТАСС-Досье» – справочная система по всем вопросам, когда-либо освещённым ТАСС (глубина архива – с 2000 г.), включая справки, хронологии и бэкграунды, которые в своей работе могут использовать СМИ.

**Другие системы.** Информационно-поисковая система «СКАН-Интерфакс», также реализованная сотрудниками «Интерфакса», детально представлена в [9], где можно найти описание и характеристики таких поисковых БД СМИ, как «Медialogия» и «Публичная библиотека».

Следует отметить, что самая обширная и популярная российская система медиамониторинга «Медialogия» присутствует на рынке с 2003 г. и охватывает более 40 тыс. источников, но не сотрудничает с журналистами и не продаёт доступ частным лицам. Среди её продуктов – рейтинги аналитиков, основанные на частоте упоминаний в СМИ за определённые периоды време-



ни, причём эти рейтинги используются отделами кадров и хедхантерами при найме аналитиков на работу.

### **Справочные медийные сервисы**

На рынке действуют также коммуникационные медийные сервисы, помогающие журналистам найти контактные данные нужного эксперта или получить его комментарий онлайн. Первую опцию представляет проект *Nutcall* ([www.nutcall.com](http://www.nutcall.com)), где собраны полезные для журналистов контакты, начиная от телефонов ньюсмейкеров и просто известных людей (политиков, бизнесменов и других публичных лиц) и заканчивая базой стрингеров по регионам. Доступ к контактам условно бесплатный. Пользователь может или поделиться обмен своими контактами, или выкупить нужные сведения с помощью балльной системы по ставке от одного до пяти долларов США за контакт.

Сервис с фокусом на PR-индустрию предоставляет платформа *Pressfeed.ru*, которая в основном нацелена на оказание помощи в коммуникации между пиар-специалистами, представляющими интересы спикеров, и журналистами, ищущими экспертов и материалы для статей. Однако полноценной БД, которая могла бы соперничать с зарубежными гигантами вроде *Factiva* или *LexisNexis*, на наш взгляд, в России нет. Определённую роль в этом играет законодательство, согласно которому персональные данные человека, включая его телефон и другие контакты, не могут быть опубликованы без его разрешения (ФЗ «Закон о персональных данных»).

Представитель портала *nutcall.com* Тим Берц рассказал о своём решении этой проблемы: «Мобильные контакты попадают под личные данные только в России, а мы юридически не имеем к РФ никакого отношения». Пока что такими «информационными офшорами» в России стали только сайты компроматной направленности.

В декабре 2016 г. в рамках концепции открытого информационного общества был запущен портал проверки контрагентов «За честный бизнес», где можно бесплатно получить первичные данные о компаниях или частных лицах, зарегистрированных как индивидуальные предприниматели. Его контент местами дублирует платные БД (СПАРК, «Картотека» и т.п.), но при этом, на наш взгляд, не столь удачно структурирован.

Российские БД конкурентоспособны и широко используются аналитиками при составлении отчётов, служащих инструментами поддержки при принятии инвестиционных решений, а также при подготовке справочных комментариев для прессы.

## Достоинства и недостатки закрытых и открытых информационных систем

С целью противопоставления онлайн-ресурсам с открытым доступом, включая страницы ответов информационно-поисковых систем интернета (таким, как Яндекс), в [6] было предложено называть базы данных ИА, подобные описанным выше, *закрытыми информационными системами (закрытыми ИС)*.

Сегодня закрытые ИС являются частью мировой медиасистемы и полноправно участвуют в создании и распределении международных информационных потоков среди конечных пользователей. Более того, они кардинальным образом влияют на структуру медиапотребления.

В отличие от интернета, закрытые ИС обладают двумя важнейшими с точки зрения журналистики функциями организации контента в цифровой среде: его верификация (в БД попадают только проверенные источники информации) и возможности для снижения «информационного шума», который влияет на когнитивные функции потребителя информации [10]. Настроенные фильтры для снижения «информационного шума» и отбора информации по ключевым словам и сферам интереса пользователя помогают концентрироваться на решении задач, не отвлекаясь на эмоционально окрашенные сообщения, интерпретации и всё то, что может влиять на сферу принятия решений.

До появления БД в качестве постоянного инструмента отбор, верификация информации и формирование «повестки дня» проводились вручную с помощью инструментов социологии (опросы, анкетирование, экспертные интервью) и архивного (библиотечного) дела. Чаще всего эту общественную функцию по информационному обследованию общества и обнародованию проверенной информации выполняли СМИ.

В 2010-х гг. появилось новое направление журналистики (как ответ на «вызов времени» и IT-революцию) – журналистика данных: взаимодействие журналиста с аудиторией для поиска информации и другие качественные инструменты исследования уступают место количественным. Мы выдвинули предположение о возникновении новой специализации на стыке журналистики и информационно-аналитического обслуживания, которая будет интегрировать навыки аналитической работы с использованием БД и подготовки информационных материалов (статей, отчетов, исследований) [6]. Отметим, что изучение БД уже входит в программу магистратуры НИУ ВШЭ.

Почти два десятилетия – с 1980-х до 1990-х гг. – работа с информацией строилась вокруг её поиска, главные вопросы: «что искать» и «где искать».

Сейчас приобретают важность такие конкурентные преимущества закрытых ИС, как высококачественные сервисы для обработки, анализа взаимосвязей и визуализации контента в удобной для потребителя форме.

Интернет выявил проблему бесплатности материалов СМИ, за бумажные версии которых потребители раньше платили деньги; создателям закрытых ИС (так же, как и электронных библиотек) пришлось задуматься над тем, как убедить пользователя заплатить за то, что он может найти в Сети бесплатно. В противном случае их бизнес-модели потеряли бы жизнеспособность. Выходом стала организация подписки на издания и аналитические материалы, к которым отсутствует бесплатный онлайн-доступ. Это привело к тому, что в числе источников закрытых ИС есть не только электронные версии сообщений СМИ, но также материалы или результаты исследований, к которым нет открытого доступа.

Отметим, что по отношению к БД онлайн-ресурсы с открытым доступом могут рассматриваться в качестве так называемых подрывных инноваций. Согласно теории К. Кристенсена [11], они представляют собой версии существующих на рынке продуктов, которые поначалу кажутся малофункциональными, низкокачественными и относительно дорогими, однако оказываются пригодными для решения определённых задач (стандартные продукты их не решают).

Если при этом число пользователей «урезанных» версий оказывается на порядок более высоким, чем у традиционного продукта, то подрывные инновации вытесняют его. При этом их качество и функциональные возможности со временем улучшаются – по мере прогресса технологий, роста фирм-производителей и использования эффекта масштаба. В качестве примеров подрывных технологий можно привести твёрдотельные накопители, облачное хранение данных и дистанционное образование.

Мы не ожидаем, что ресурсы с открытым доступом в ближайшее время вытеснят закрытые ИС с рынка, но полагаем, что взаимная конкуренция будет стимулировать совершенствование и того и другого.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гиляревский Р. С., Залаев Г. З., Родионов И. И., Цветкова В. А. Современная информатика: наука, технология, деятельность / Р. С. Гиляревский, Г. З. Залаев, И. И. Родионов, В. А. Цветкова ; под ред. чл.-кор. РАН Ю. М. Арского. – Москва : ВИНТИ. – 1998. – 220 с.
- Gilyarevskiy R. S., Zalaev G. Z., Rodionov I. I., Tsvetkova V. A. Sovremennaya informatika: nauka, tehnologiya, deyatel'nost' / R. S. Gilyarevskiy, G. Z. Zalaev, I. I. Rodionov, V. A. Tsvetkova ; pod red. chl.-kor. RAN Yu. M. Arskogo. – Moskva : VINITI. – 1998. – 220 s.*

2. **Родионов И. И., Гиляревский Р. С., Цветкова В. А.** Информационная деятельность как инфраструктура национальной экономики : учеб. / И. И. Родионов, Р. С. Гиляревский, В. А. Цветкова. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. – 224 с.

**Rodionov I. I., Gilyarevskiy R. S., Tsvetkova V. A.** *Informatsionnaya deyatel'nost' kak infrastruktura natsionalnoy ekonomiki : ucheb.* / I. I. Rodionov, R. S. Gilyarovskiy, V. A. Tsvetkova. – Sankt-Peterburg : Aleteyua, 2016. – 224 s.

3. **Погорелью Ю. А.** Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. – Москва, 2001. – 197 с.

**Pogorelyu Yu. A.** *Mezhdunarodnye ekonomicheskie informatsionnye agentstva: strategiya razvitiya i tvorcheskije aspekty deyatel'nosti : dis. ... kand. filol. nauk : 10.01.10.* – Moskva, 2001. – 197 s.

4. **Померанцева Н. А.** Дорогой черный ящик. Как Майкл Блумберг создал журналистику данных / Н. А. Померанцева // Журналист. – 2017. – Вып. 7–8. – С. 67–71.

**Pomerantseva N. A.** *Dorogoy chernyy yashchik. Kak Michael Blumberg sozdal zhurnalistiku dannyh* / N. A. Pomerantseva // *Zhurnal'ist.* – 2017. – Vyp. 7–8. – S. 67–71.

5. **Улмен Д.** «Журналистское расследование»: современные методы и техника / Д. Улмен. – Москва : ВИОЛАНТА, 1998. – 224 с.

**Ulmen D.** *«Zhurnalistskoe rassledovanie»: sovremennyye metody i tehnika* / D. Ulmen. – Moskva : VIOLANTA, 1998. – 224 s.

6. **Померанцева Н. А.** Закрытые информационные системы как составная часть медиасистемы и их влияние на медиапотребление на примере систем международных информационных агентств «Блумберг» (Bloomberg) и «Доу Джонс» (Dow Jones) : тез. докл. / Н. А. Померанцева // Культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: глобальный и региональный аспекты : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Москва : Изд-во АПК и ППРО. – 2017. – 268 с.

**Pomerantseva N. A.** *Zakrytye informatsionnye sistemy kak sostavnaya chast mediasistemy i ih vliyaniye na mediapotrebleniye na primere sistem mezhdunarodnykh informatsionnykh agentstv «Blumberg» (Bloomberg) i «Dou Johns» (Dow Jones) : tez. dokl.* / N. A. Pomerantseva // *Kultura kommunikatsiy v usloviyakh tsifrovoy i sotsiokulturnoy globalizatsii: globalnyy i regionalnyy aspekty : materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* – Moskva : Izd-vo APK i PPRO. – 2017. – 268 s.

7. **Kagel A.** What database does Bloomberg use. [Электронный ресурс] / A. Kagel. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.quora.com/What-database-does-Bloomberg-use>. – Загл. с экрана.

**Kagel A.** *What database does Bloomberg use. [Elektronnyy resurs]* / A. Kagel. – *Elektron. tekstovyye dan.*

8. **Богатырев С. Ю., Добрынин С. С.** Информационная база стоимостного анализа банков / С. Ю. Богатырев, С. С. Добрынин // Кибернетика и программирование. – 2013. – № 3.

**Bogatyrev S. Yu., Dobrynin S. S.** *Informatsionnaya baza stoimostnogo analiza bankov* / S. Yu. Bogatyrev, S. S. Dobrynin // *Kibernetika i programmirovaniye.* – 2013. – № 3.

9. **Агратин Е. Г.** Особенности каталогизации источников в поисковых базах данных средств массовой информации / Е. Г. Агратин // Информ. ресурсы России. – 2017. – № 1. – С. 2–7.

**Aglatin E. G.** *Osobennosti katalogizatsii istochnikov v poiskovykh bazah dannykh sredstv massovoy informatsii* / E. G. Aglatin // *Inform. resursy Rossii.* – 2017. – № 1. – S. 2–7.

10. **Амзин А. и др.** Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. / А. Амзин и др. ; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург : Гуманитарный университет. – 2016. – 304 с.

*Amzin A. i dr. Kak novye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016. / A. Amzin i dr. ; pod nauch. red. S. Balmaevoy i M. Lukinoy. – Ekaterinburg : Gumanitarnyy universitet. – 2016. – 304 s.*

11. **Christensen C. M.** The Innovator's Dilemma: when new technologies cause great firms to fail / Christensen C. M. – Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts. – 1997. – 225 p.

---

**Nadezhda Pomerantseva**, Doctorant, Chair for New Media and Communication Theory, Journalism Department, M. Lomonosov Moscow State University;  
n.pomerantseva@gmail.com  
1-9, Mokhovaya st., 125009 Moscow, Russia

**Leonid Delitsyn**, Dr. Sc. (Engineering), Professor, Chair of Culture Informatization and E-libraries, Moscow State Institute of Culture, Associate Professor, Chair for New Media and Communication Theory, M. Lomonosov Moscow State University;  
l.delitsin@yahoo.com  
7, Bibliotechnaya st., 141406 Moscow region, Khimki, Russia