

Содержание

От авторов	5
Введение	8
Глава 1. Классификация источников информации	14
1.1. Информационные агентства	16
1.2. Средства массовой информации	24
1.3. Специализированные базы данных	39
1.3.1. Информационно-поисковая система «Артефакт»	41
1.3.2. Информационно-аналитическая система «Галактика-Zoom»	46
1.3.3. Информационная система «Россия»	55
1.3.4. Другие информационные системы	61
1.4. Поисковые Internet-системы, Internet-каталоги и метапоисковые системы	64
1.4.1. Классификация поисковых средств	64
1.4.2. Яндекс	73
1.4.3. Апорт	75
1.4.4. Rambler	78
1.5. Обыкновенные Web-сайты	84
Глава 2. Методы и приемы получения информации	89
2.1. Общие положения	89
2.2. Критерии выбора баз данных и поисковых систем	90
2.3. Типовой алгоритм поиска	91

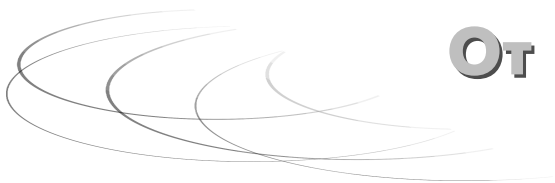
2.4. Основные понятия языков запросов	92
2.4.1. Операнды	92
2.4.2. Скобки	94
2.4.3. Операторы	94
2.4.4. Запрос по полям (зонам)	97

Глава 3. Аналитическая обработка информации 99

3.1. Оценка информации	99
3.2. Методы и приемы аналитической обработки информации	102
3.3. Основные типовые задачи	104
3.3.1. Поиск данных о личности	105
3.3.2. Поиск информации о фирме	120
3.3.3. Поиск информации о политической или общественной организации	123
3.3.4. Аналитические справки о состоянии отраслей промышленности	140
3.4. Идеи Шерлока Холмса – в жизнь	159
3.5. Контент-анализ текстов	161
3.5.1. Простейший контент-анализ	162
3.5.2. Выполнение контент-анализа с помощью системы «Артефакт»	164
3.5.3. Проведение контент-анализа с помощью системы «Галактика-Zoom»	169

Заключение 181

Литература 182



От авторов

Omne ignotum pro magnifico est.
Tacit. «Agricola»¹

Наше пособие адресовано самому широкому кругу читателей и посвящено тому, как лучше и с наименьшими затратами получить информацию с помощью Internet. Надеемся, что оно будет интересно сотрудникам самых разных фирм, занимающихся сбором информации, аналитикам, предлагающим различные стратегии построения бизнеса, и обычным гражданам, желающим узнать как можно больше о нашем прекрасном мире.

Руководителю любого уровня для принятия правильных управленческих решений необходимы логика, интуиция и информация. Допустим, логике можно научиться. Интуиция – чутье от Бога, она или есть или ее нет, а вот информация необходима всем и всегда.

После осознания сказанного возникает вопрос: откуда эффективнее всего можно черпать информацию в настоящее время? Далее выясняется, что информация – продукт скоропортящийся, дорогостоящий, и ее получением и обработкой должен постоянно заниматься квалифицированный персонал. Например, базы данных становятся действительно полезными для решения реальных задач только после того, как их объем перерастает некую критическую границу. Чтобы ее достичь, нужно потратить очень много сил и средств. Это могут позволить себе даже не все крупные компании. Где же выход? До недавнего времени его не существовало. Однако менее десяти лет назад

¹ Все неизвестное представляется величественным (Тацит, «Agricola»).

появился Internet – уникальное явление в человеческой жизни. В его необъятных просторах есть, наверное, вся или почти вся информация. Однако найти ее там далеко не просто.

Эта книга посвящена описанию источников информации в Internet, а также методам и приемам ее поиска и обработки. В настоящее время уже написаны сотни, а может быть, тысячи подобных книг о том, как искать сайты в Internet – некоем самостоятельном и самодостаточном мире. Ведь не секрет, что сегодняшний Internet многим разработчикам высоких технологий напоминает «башню из слоновой кости». Мир, существующий там, скорее, плод фантазии и результат самовыражения молодых и талантливых людей. Очень большая (если не бо́льшая) часть его ресурсов имеет весьма опосредованное отношение к реальной жизни. Это похоже на сладкий миф, идеальное или, наоборот, критическое, негативное представление окружающей нас действительности. Одним словом – виртуальная реальность в полной ее красе. Однако и в Internet имеется сегмент, содержащий полезную для практической жизни информацию. Методам ее нахождения и эффективного использования посвящена наша книга.

Преимущество такого подхода особенно ощутимо для представителей малого и среднего бизнеса. Они получают доступ к колоссальнейшим информационным хранилищам либо почти бесплатно (так как нет необходимости платить за хранение и обновление информации, требуется лишь весьма умеренная сумма за пользование Internet), либо оплатив удаленный доступ к онлайн-базам данных (что на несколько порядков дешевле содержания своего собственного информационного центра).

Рассказывая о *конкурентной разведке* как о совокупности приемов сбора и обработки информации законными и этичными методами, книга в основном посвящена той ее части, которая может быть проведена с помощью Internet. В книге приводится классификация возможных источников информации в Internet:

- информационных агентств;
- средств массовой информации;
- специализированных онлайн-баз данных;
- поисковых систем и каталогов.

Так как в одном небольшом издании невозможно описать все информационные агентства и средства массовой информации, то рассматривались наиболее типичные источники этого класса. Подобным же образом были продемонстрированы принципы применения

специализированных баз данных на примере трех характерных представителей программных продуктов.

Целая глава книги посвящена методам и приемам получения информации. Сформулированы общие положения, критерии и типовые алгоритмы. Перечислены основные понятия и некоторые специфические особенности языков запросов различных поисковых систем.

Особенности функционирования поисковых Internet-систем и каталогов рассматривались на примере трех наиболее известных в настоящее время русскоязычных порталов – Яндекс, Апорт и Rambler.

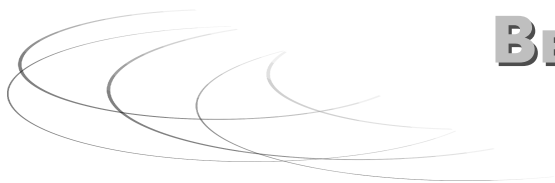
И наконец, в заключительной главе очень кратко говорится об оценке информации на предмет достоверности и некоторых методах и приемах ее аналитической обработки, в том числе о типовых задачах, основанных на контент-анализе. Упор сделан на самые простейшие подходы, базирующиеся на здравом смысле и не требующие специальных знаний и квалификации. В этой части книги приведен ряд типичных документов, востребованных в современном бизнесе, политических и PR-технологиях.

Авторы видели свою цель в том, чтобы дать некоторые ориентиры не только руководителям разного уровня при возможной организации информационно-аналитического подразделения в фирме, но и любому деловому человеку, интересующемуся данной сферой деятельности. Насколько это удалось – судить читателям. Естественно, как и любое творение рук человеческих, эта книга неидеальна. Что-то в ней получилось лучше, что-то еще лучше. Надеемся, что читатель простит нам оплошности и воспримет написанное в преломлении своего жизненного опыта, который и является главным компасом в жизни конкретного человека.

В книге собраны и систематизированы сведения из самых различных источников, аккумулировавшие длительное время и успешно опробованные на практике. Мы считали важным отразить в книге именно те подходы, методы и приемы, которые не требуют больших специальных знаний, сложной и дорогостоящей аппаратуры и в той или иной степени доступны любому человеку, имеющему выход в Internet.

В настоящем издании, к сожалению, пришлось ограничиться рассмотрением только русскоязычного Internet. Надеемся, что о других доменах Всемирной паутины удастся написать в ближайшее время.

Выражаем искреннюю признательность всем тем, без чьей помощи эта книга, возможно, не увидела бы свет.



Введение

Сегодня не только в бизнесе, но и в частной жизни громадное значение приобретает анализ возможных ситуаций, выяснение их тенденций, вычисление возможных рисков при принятии решений. Недостаточно обладать информацией в виде маркетинговых исследований или бизнес-справок о фирмах потенциальных партнеров. Кто или что является причиной возникновения событий, откуда исходит или может исходить угроза, как ее избежать или хотя бы минимизировать? Важность решения этих задач стала причиной возникновения так называемой конкурентной разведки – мощного инструмента информационно-аналитической поддержки принятия решений.

Считается, что *конкурентная разведка* (competitive intelligence) – это сбор и обработка информации легальными и этичными способами, при выполнении которых явления и тенденции рассматриваются через призму конкуренции и конкурентной борьбы.

В России для конкурентной разведки пока нет устоявшегося термина, поэтому иногда встречаются выражения типа «деловая разведка», «бизнес-разведка» и т.п. Как правило, при ведении конкурентной разведки опираются на следующие источники информации:

- опубликованные документы открытого доступа (книги, журналы, газеты, фирменные и рекламные издания и т.п.) и электронные источники, причем особый интерес представляют онлайн-базы данных;
- сведения из неопубликованных (конфиденциальных) документов, уже имеющихся на фирме, ведущей конкурентную разведку, и данные, которыми располагают ее сотрудники (например,

результаты маркетинговых исследований; информация, полученная на выставках или конференциях в процессе общения с реальными или потенциальными клиентами, и т.д.);

- сведения, поступающие от внешних «агентов», например лиц, работающих в научных центрах, в других фирмах, в органах управления и т.д., а также то, что получено с помощью иных методов и средств. Нужно сказать, что граница между этичным и неэтичным использованием этих источников достаточно эфемерна.

Еще раз повторимся: в этой книге рассматривается та часть конкурентной разведки – сбор информации и аналитическая работа, которую можно выполнить с помощью компьютерных технологий и Internet.

Важно отметить, что конкурентная разведка – это не пресловутый промышленный шпионаж. Действует она исключительно в рамках существующих законов. Использование новых информационных технологий, абсолютно открытых источников и относительно дешевых информационных ресурсов позволяет принимать правильные решения, а тот факт, что так поступают все спецслужбы мира, лишь подтверждает перспективность этого направления деятельности.

Информационно-аналитическая деятельность консалтинговых компаний и подразделений конкурентной разведки весьма наукоемка. Многие крупные корпорации и фирмы давно обзавелись собственными телекоммуникационными сетями и базами данных, используют самые последние достижения научно-технического прогресса, вплоть до систем искусственного интеллекта.

По информационным сетям крупнейших компаний ежедневно передаются десятки тысяч сообщений с разных уголков мира. Информационно-аналитические системы консалтинговых и иных компаний накапливают информацию и анализируют поведение ведущих европейских государственных деятелей и бизнесменов, обеспечивают доступ к данным о конкурентах для многих тысяч своих сотрудников.

При ведении конкурентной разведки особую популярность получило новое направление науки, возникшее на стыке искусственного интеллекта, статистики и теории баз данных, – knowledge discovery in databases (обнаружение знаний в базах данных, или концепция Data Mining либо Text Mining, если речь идет о текстовых базах данных, которая обычно переводится как «добыча» или «раскопка данных»). В основе этой технологии – концепция шаблонов (паттернов), отражающих некие фрагменты взаимоотношений в данных.

Особенность Data Mining в том, что найденные шаблоны должны отражать неочевидные, неожиданные закономерности, так называемые скрытые знания. В целом технологию Data Mining обычно определяют как процесс обнаружения в «сырых» данных ранее неизвестных, нетривиальных, полезных на практике и доступных для интерпретации знаний, необходимых для принятия решений в различных сферах человеческой деятельности.

На основе этих технологий разработаны программные продукты, пригодные для решения задач конкурентной разведки, например система «Галактика-Zoom». Так как наша цель – показать варианты эффективного использования доступных средств, то мы ограничимся лишь простейшими приемами и возможностями российского Internet. Конечно, иные источники информации и высокие технологии не менее интересны, но столь необъятны, что для пользы дела на первом этапе надо остановиться на чем-то конкретном.

Жизнь ежедневно ставит перед современным человеком массу вопросов. Если он живет в России, то вопросов как минимум в два раза больше. На многие из них нет прямых ответов. Но они могут быть получены путем анализа, сопоставления, обобщения информации, собранной из различных источников.

В большинстве стран конкурентная разведка – развитая отрасль деятельности, приносящая солидные прибыли. Отслеживание конъюнктуры рынка, новых продуктов или услуг, стратегии и планов реальных и потенциальных конкурентов – неременный атрибут работы уважающей себя фирмы. Имеются сведения, что из 500 крупнейших компаний США 90% занимаются ведением конкурентной разведки. Сбор информации и наблюдение за конкурентами позволяет быть в курсе их планов, находить принципиально новые подходы ведения бизнеса, получать существенные преимущества и даже захватить лидерство в отрасли.

До возникновения Internet люди тратили массу времени, чтобы «откопать» требуемые сведения из газет, журналов, справочников. Благодаря новым информационным технологиям ситуация значительно упростилась. Если в прошлом веке появление автоматического стрелкового оружия во многом способствовало краху колониальной системы, поскольку автомат Калашникова в руках папуаса

столь же эффективен, как и в руках белого человека, и может считаться «универсальным уравниателем», то в современном мире задачу «уравниателя» возможностей различных фирм и компаний решил Internet. Сегодня можно оперативно находить ответы на многие практические вопросы и производить аналитические исследования, не выходя из офиса.

Все это весьма полезно при проведении маркетинговых, политических и политологических исследований, подготовке предвыборных мероприятий и PR-акций, оценке потенциальных клиентов, поиске свободных ниш рынков, изучении конкурентов, подборе кадров и осуществлении многих других видов деятельности. В этой сфере наибольший интерес представляют текстово-аналитические системы, обрабатывающие очень большие объемы информации. Можно считать, что перенос разведывательных технологий в сферу экономики явился результатом конверсии в России.

В 2000 году лидерами восьми наиболее развитых индустриальных стран принята так называемая Окинавская хартия глобального информационного общества. Несмотря на то что этот документ чисто рекомендательный, силы закона не имеющий, президент России, по крайней мере на бумаге, обязался придерживаться его положений. Провозглашенные в нем принципы весьма любопытны. «Информационные технологии», – утверждается в хартии, – «помогают людям обмениваться знаниями и новыми идеями, способствуют укреплению демократии, распространению культуры». Там же читаем: «Каждый человек имеет право пользоваться преимуществами, которые дает доступ к информационным технологиям. Поэтому государство и частный сектор должны *стремиться к ликвидации ограничений возможностей получения информации и знаний* (курсив наш – авт.). Частному сектору принадлежит ведущая роль в разработке информационных и коммуникационных сетей. Государство должно еще и обеспечивать механизмы защиты частной жизни тех, кто пользуется услугами информационных технологий, создавать безопасное киберпространство, пресекать несанкционированный доступ к информации, оберегать служебную или коммерческую тайну. Правительства должны уделять особое внимание развитию сетевого доступа для населения сельских и отдаленных районов страны, для инвалидов и пожилых

людей. Доступ к возможностям цифровых технологий должен быть открыт для всех». Хотя это утверждение несколько занудливо, но с ним нельзя не согласиться.

Читая Конституцию РФ, также можно узнать для себя много интересного, например: «Органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом» (ст. 24, ч. 2). «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом» (ст. 29, ч. 4).

В условиях рыночного общества, когда резко возрастает значимость судебной системы и судебных процедур, свободный доступ к информации может оказаться жизненно важным для очень большого числа наших сограждан.

Поэтому в Законе РФ «Об информации, информатизации и защите информации» записано:

«Государственные информационные ресурсы Российской Федерации являются открытыми и общедоступными. Исключение составляет документированная информация, отнесенная законом к категории ограниченного доступа» (ст. 10, ч. 1).

«Пользователи – граждане, органы государственной власти, органы местного самоуправления, организации и общественные объединения – обладают равными правами на доступ к государственным информационным ресурсам и не обязаны обосновывать перед владельцем этих ресурсов необходимость получения запрашиваемой ими информации. Исключение составляет информация с ограниченным доступом» (ст. 12, ч. 1).

Там же утверждается, что «конфиденциальная информация – это документированная информация, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством Российской Федерации», однако возникает вполне резонный вопрос – документирована ли информация в Internet? Если да, то каким образом, если нет, то получение через Internet любой информации не является противозаконным, причем совсем не важно, как она туда попала.

Добрый совет. Если вам предложат аналитическую справку или другой документ с так называемого «серого информационного рынка», никогда ничего не берите, даже бесплатно. Потому что эта информация примерно на 95% бесполезна.

Во-первых, несанкционированных утечек не бывает.

Во-вторых, большая часть этого информационного документа была получена из открытых источников. Вы и сами сможете ее раздобыть.

В-третьих, меньшая часть этой информации наверняка безнадежно устарела, либо это откровенная дезинформация или направленный «слив» с далеко идущими намерениями.

Чтите Уголовный кодекс и российское законодательство!

По возможности.

ГЛАВА

1



Классификация источников информации

Internet в его нынешней форме представляет собой конгломерат различных по своему виду, значению, достоверности и ценности источников информации. К величайшему сожалению, большая часть его ресурсов – информационный мусор. Так что умение ориентироваться в этом безграничном информационном болоте – уже половина дела.

Попытаемся классифицировать информацию, исходя из критериев *оперативности* и *достоверности*.

Рассмотрим схему на рис. 1.1. В ее левой части – реальный мир, та окружающая действительность, о которой вы хотите получить информацию, справа – вы, наблюдатель, исследователь, а между вами и реальным миром – Internet, в терминологии теории связи – канал с «шумом», который всячески портит, искажает и уродует входящую информацию.

На схеме буквы на стрелках соответствуют основным существующим ныне источникам информации, а цифры – номеру раздела настоящего пособия, где данный вид информационного потока анализируется.

- a. Информационные агентства, корреспонденты которых собирают новости по городам и весям, – наиболее объективный, точный и, возможно, в меньшей степени подверженный конъюнктурным влияниям источник информации.
- b. Журналисты и редакторы СМИ – лица «второй древнейшей профессии», зарабатывающие себе на хлеб кто как умеет. В зависимости от респектабельности издания существует некая вероятность публикации статей полных лукавства, заказных материалов и прочей откровенной «джинсы».



Рис. 1.1. Схема информационных потоков в Internet

- с. Сотрудники специализированных информационных и консалтинговых компаний, формирующие базы данных. В настоящее время имеются разнообразные многопрофильные коммерческие информационные хранилища, куда поступают сведения из любых источников. Количество таких баз данных в Internet постоянно увеличивается.
- д. Многочисленные фирмы, организации и компании (юридические лица), создающие собственные сайты в Internet. Тематика, достоверность и оперативность информации на них не поддается описанию. Здесь может быть что угодно, начиная от PR-кампаний известных фирм и кончая приглашением на спиритический сеанс, датированный позапрошлым годом.
- е. Творения обычных граждан (физических лиц, выражаясь юридическим языком), создающих в Internet странички о себе любимых, о своих интересах или, на худой конец, рассказывающих о том, какой негодяй Василий Васильевич Васькин, их сосед по подъезду.
- ф. Наконец, информация, оставленная посетителями многочисленных Internet-форумов, телеконференций или досок объявлений.

Нельзя не отметить, что в последнее время наметилась тенденция к сближению многих из перечисленных видов сайтов и постепенному превращению их в универсальные *порталы*. То есть в некоторых поисковых системах появились ленты новостей, в электронных СМИ – возможность поиска информации, на сайтах информационных агентств – различные виды сервиса и т.п.

Рассмотрим подробнее, что же может получить наблюдатель, воспользовавшись этими источниками.

1.1. Информационные агентства

Наиболее достоверную и оперативную информацию сегодня можно получить с лент информационных агентств в режиме реального времени (on-line). Она в наименьшей мере подвержена влиянию конъюнктуры и отражает пульс текущего момента. Самое ценное в информации агентств – минимум комментариев в сообщениях. Это обстоятельство весьма важно, так как позволяет анализировать непосредственно события, а не их хитроумные трактовки.

Следует отметить значительное разнообразие подходов агентств в деле распространения информации. Например, на сайтах ИТАР–ТАСС <http://www.itar-tass.com> (рис. 1.2) и «Интерфакс» <http://www.interfax.ru> (рис. 1.3) представлено большое количество интересной и полезной информации, но, к сожалению, свободно доступны лишь заголовки, тексты же сообщений платные (для подписчиков). Информация от агентств «Новости» (рис. 1.4) <http://www.rian.ru> и «Финмаркет» <http://www.finmarket.ru>, в отличие от предыдущего случая, доступна всем желающим и практически не уступает по полноте и качеству.

Выбирая информационные агентства, неизбежно сталкиваешься с вопросом оплаты (полной или частичной). Решите для себя, с какой оперативностью вы хотите получать сообщения. Если в жестком режиме on-line особой нужды нет, можно подобрать окольные и мало-затратные пути получения данных.

Если вы стали подписчиком информационного агентства, то, как правило, будете получать сообщения по электронной почте. Трудно предложить что-то оригинальное для упрощения обработки этой информации. Ее приходится накапливать и структурировать, а потом формировать собственные базы данных. Для этих целей можно использовать различные относительно недорогие программные пакеты,

например Cronos (<http://www.cronos.ru>). Если определены ваши интересы и вы, что называется, «в теме», то, естественно, отбираются не все, а часть сообщений, удовлетворяющих заданным критериям.

Рассмотрим некоторые информационные агентства в историческом аспекте.

ИТАР–ТАСС (<http://www.itar-tass.com>)

В начале прошлого века три государственных ведомства Российской империи – Министерство финансов, Министерство внутренних дел и Министерство иностранных дел – решили создать первое в России официальное информационное агентство. С 1 сентября 1904 года начало действовать Санкт-Петербургское телеграфное агентство (ПТА) – предшественник ИТАР–ТАСС.

В учредительных документах тех лет указывалось, что «задача агентства – сообщать внутри Империи и за ее границей политические, финансовые, экономические, торговые и другие сведения, имеющие общественный интерес». Как ни странно, первоначально оно входило в структуру Министерства финансов, но потом, по предложению главы правительства Петра Столыпина, перешло в ведение Совета Министров.

Участники Октябрьского переворота 7 сентября 1918 года лишь спустя год после известного события осознали полезность информгентства для дела Мировой революции, и на базе ПТА и Бюро печати при Совнаркоме было создано Российское телеграфное агентство (РОСТА). Наконец, 10 июля 1925 года Президиум ЦИК СССР учредил Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС). Это название продержалось до января 1992 года, то есть до момента провозглашения суверенитета России, после чего агентство переименовали в ИТАР–ТАСС.

ИТАР–ТАСС сегодня – одно из пяти ведущих мировых информационных агентств. Выпускаемая им информация предлагается всем средствам массовой информации, заинтересованным ведомствам, организациям и частным лицам в России и за ее пределами.

ИНТЕРФАКС (<http://www.interfax.ru>)

Если ИТАР–ТАСС можно уверенно назвать «ветераном информационного поля битвы», то агентство «Интерфакс» – дитя перестройки и новомодных веяний. «Ребенок», родившийся в 1989 году, оказался весьма способным и достаточно быстро завоевал на мировом рынке репутацию независимого, компетентного, достоверного и оперативно-го источника информации. Сегодняшние подписчики «Интерфакс» –

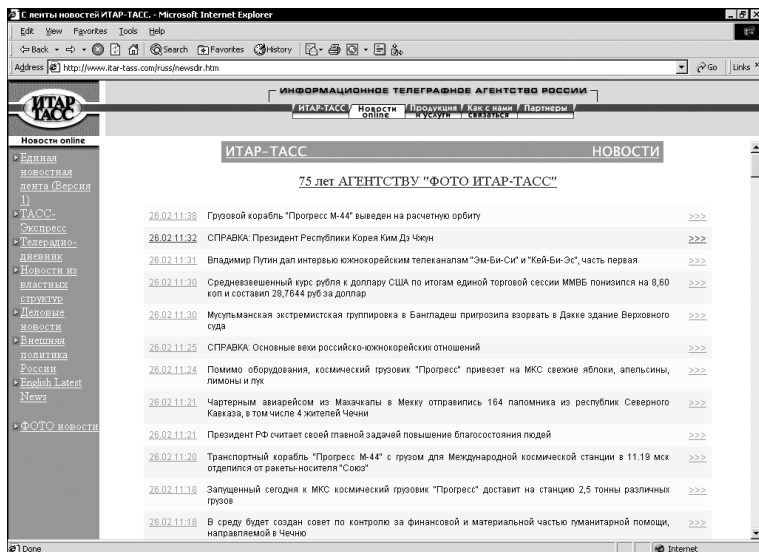


Рис. 1.2. Единая новостная лента ИТАР–ТАСС

ведущие СМИ, крупнейшие корпорации, инвестиционные фонды, банковские и финансовые институты, государственные организации и структуры в более чем 100 странах мира. Информация этого агентства – главная составляющая новостей из России, СНГ и Балтии в сетях крупнейших международных информационных компаний Reuters, Bloomberg, Bridge, Dow Jones.

Ключевые направления агентства – общеполитические новости, деловая и экономическая информация, аналитика, финансовая информация, специализированные информационные продукты. Оно имеет партнеров в регионах России и странах СНГ, а международные новости приходят от ведущих мировых информационных агентств.

РИА «Новости» (<http://www.rian.ru>)

История РИА «Новости» началась 24 июня 1941 года, когда по мудрому велению вождя всех времен и народов было образовано легендарное Совинформбюро. Основной его задачей в военные годы было составление сводок для радио, газет и журналов о положении на фронте и в тылу, а с 1944 года – еще и вещание на зарубежные страны. В 1961 году из него создается агентство печати «Новости»

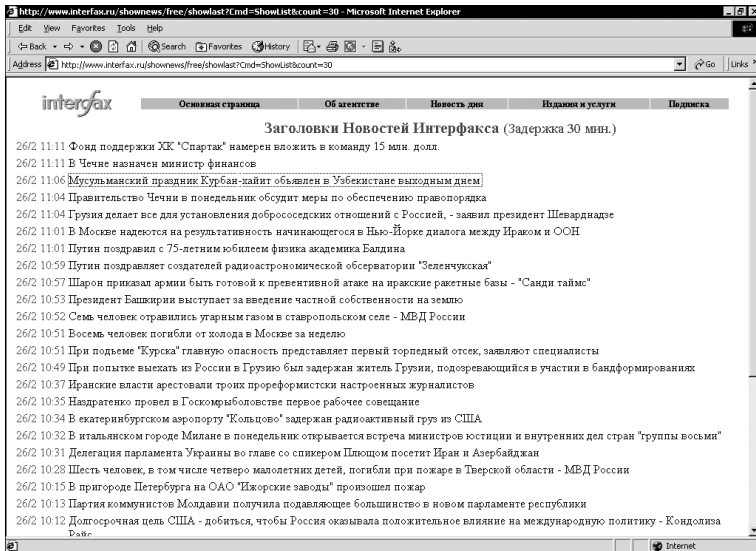


Рис. 1.3. Заголовки новостей агентства «Интерфакс»

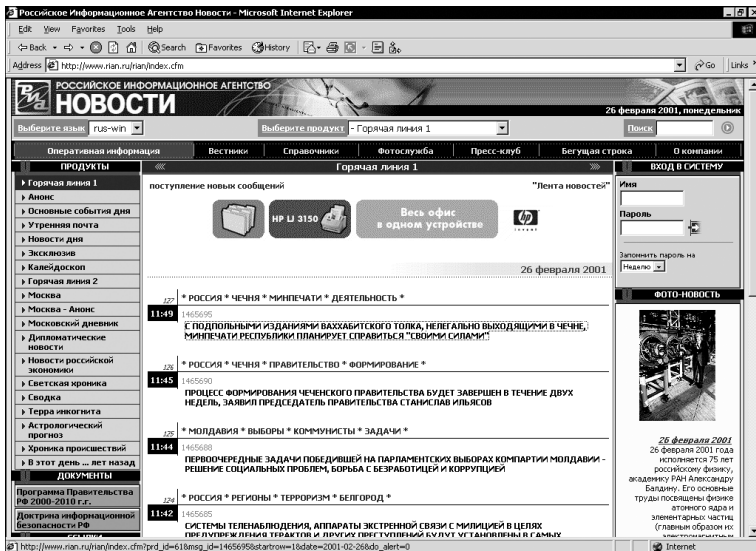


Рис. 1.4. «Горячая линия» РИА «Новости»

(АПН), которое весьма безбедно просуществовало до перестройки, а в 1990 году президент Горбачев распорядился именовать его информационным агентством «Новости» (ИАН). Вскоре после этого по указу президента Ельцина ему присваивается новое имя – Российское информационное агентство «Новости», а руководящим органом становится Министерство печати и информации.

Информационное агентство «Мобиле» (<http://www.mobile.ru>)

Агентство основано в октябре 1990 г. В то время население прежде всего интересовали данные о наличии товаров. «Мобиле» первым в Москве стало самостоятельно собирать и обрабатывать коммерческую информацию. Его специалисты разработали технологию, благодаря которой информация о товарах оперативно поступала в базы данных агентства. Постоянное изменение цен требовало тогда быстрого обновления информации.

Первые выпуски бюллетеней содержали данные по компьютерам, оргтехнике, бытовой технике. Далее «Мобиле» начало издавать и другие специализированные бюллетени – о рынке недвижимости, справочный

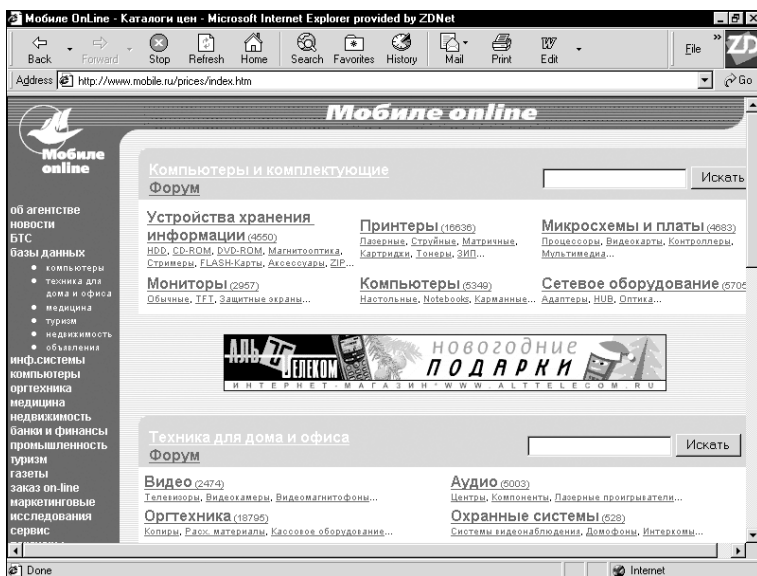


Рис. 1.5. Сайт агентства «Мобиле»

бюллетень по медицине и т.п. В дополнение к печатным изданиям имеются их электронные (в том числе и в Internet) версии, которым сегодня уделяется особое внимание.

Информационное агентство «АК&М» (<http://www.akm.ru>)

Созданное чуть более десяти лет тому назад агентство «АК&М» рассказывает о событиях в экономике России в режиме реального времени. Здесь отражается все, что происходит в органах законодательной и исполнительной власти, в мировой экономике, объективные характеристики отечественных и зарубежных финансовых и товарных рынков. Благодаря широкой корреспондентской сети с помощью агентства становятся доступными полные и эксклюзивные данные о деятельности компаний и предприятий, а также сообщения из регионов. На протяжении дня в ленте новостей проходят порядка 300 сообщений.

«АК&М» предлагает широчайший спектр услуг – различные фондовые индексы, комплексный анализ ситуации в регионах РФ, маркетинговые исследования, новостную ленту «АК&М–Экспесс»

АК&М - информационное агентство - Microsoft Internet Explorer provided by ZDNet

Address: <http://www.akm.ru/ru/default.stm>

АК&М
ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

КРЕДИТЫ СБЕРБАНКА РОССИИ
ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦАМ
основан в 1991 году генеральная лицензия Банка России №11981

НОВОЕ НА СЕРВЕРЕ

new! Информационное агентство "АК&М" и компания "ЮНИКОИМС Консультационная Группа" заключили Соглашение о стратегическом партнерстве, устанавливающее порядок проведения компанией ЮНИКОИМС аудита методики расчета рейтингов, используемых специалистами Рейтингового центра АК&М.

АНАЛИТИКА 5 ЭКОНОМИКИ ОТРАСЛЕЙ

НОВОСТИ ДНЯ, 26 декабря 2001

1355 Правительство РФ погасит накопленную кредиторскую задолженность по оборонному заказу в I квартале 2002 года.

1353 Совет Федерации одобрил закон о федеральном бюджете на 2002 год.

1348 Правительство РФ вложило в федеральный бюджет на 2002 год рост тарифов в ЖКХ на 60%.

1332 В ПАРТАД сформирован новый коллегиальный исполнительный орган управления ПАРТАД - правление.

1309 Даже при самом худшем сценарии исполнения бюджета РФ в 2002 году социальные расходы и трансферты регионам будут выполнены в полном объеме.

Курсы

Курсы	дата	знач.	изм.	
USD ЦБ	26.12	30.12	+0%	
СЭПТ	время	пок.	прод.	
USD TOO	11:30	26.12	30.1426	30.186
USD TOM	12:00	26.12	30.1815	30.2

Индексы

Индексы	дата	знач.	изм.
АК&М	25.12	256.074	+0.05%
АК&М ADR	24.12	0.75	+0.67%
RTS на 13:00	26.12	250.36	+0.06%
DJA (закр.)	24.12	10035.34	+0%

Курс USD ЦБ РФ

31.2
30.2
29.2
28.4

Июнь 2001 Дек 2001

Здесь выделенные

Рис. 1.6. Сайт агентства «АК&М»

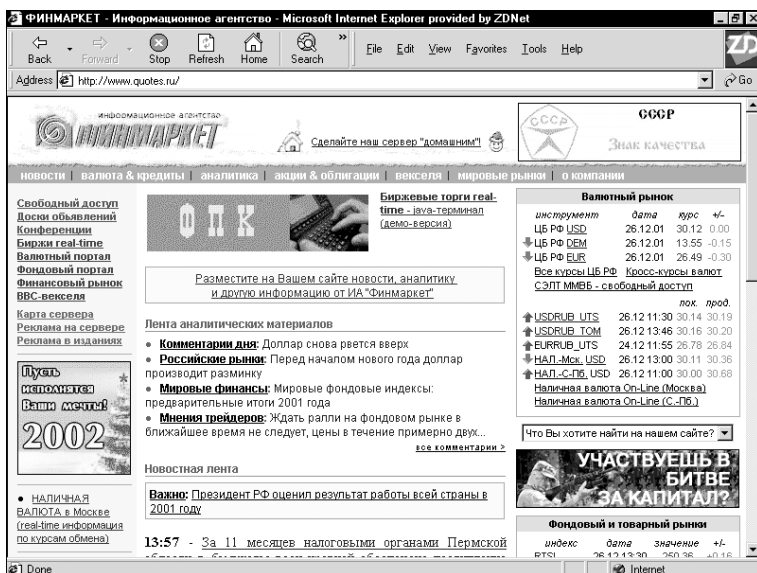


Рис. 1.7. Сайт агентства ФИНМАРКЕТ

о важнейших событиях в экономической, финансовой и общественно-политической жизни и многое другое.

Следует отметить еще как минимум два интересных информационных сайта по экономической тематике – ФИНМАРКЕТ (<http://www.quotes.ru>) и РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ (<http://http://www.rbc.ru>).

Internet-агентство «TatNews.Ru» (<http://www.tatnews.ru>)

Чтобы не создалось ложное впечатление, что все информационные ресурсы России сосредоточены в Москве, упомянем об агентстве «TatNews.Ru».

Оно освещает политическую, экономическую и культурную жизнь Татарстана и, по его словам, делает информационное пространство республики единым и связным. «TatNews.Ru» – весьма любопытный информационный ресурс, где предпринимается попытка совместить функции информационного агентства, аналитического издания и Internet-портала.

Сайты крупнейших телевизионных и радиостанций во многом похожи на сайты информационных агентств. Они вплотную приближаются

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно
в интернет-магазине «Электронный универс»
(e-Univers.ru)