



КУБИНСКОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО «PRENSA LATINA»: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. И. Губина

*Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет*

*e-mail:
anna.199105@yandex.ru*

В статье рассматривается история и функционирование кубинского информационного агентства «Prensa Latina».

Ключевые слова: информационное агентство, «Prensa Latina», Латинская Америка, информационная экспансия.

Невозможно представить современную жизнь любой страны без постоянного движения информации, отражающую процессы и явления, актуальные в жизни общества. Несмотря на разнообразие медиаисточников, информационные агентства по-прежнему являются доминирующим фактором наполнения массово-коммуникационных процессов. Большое количество поставщиков новостей информирует большее количество людей на основе прежнего количества источников. Субъекты информационной глобализации и монополизации скорее усилили, чем ослабили мощь «оптовых поставщиков» новостей – информационных агентств [Сапунов, [http](#)].

По определению Я.Н. Засурского, информационные агентства представляют собой «специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ» [Засурский, [http](#)]. Их основная и главная функция, по его мнению, – «снабжение оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию» [Засурский, [http](#)]. Работа информационных агентств интересна и социально значима, а организационная структура – сложна и динамична. Агентства становятся первыми и самыми часто используемыми источниками международной информации для СМИ всех типов: как печатных, так и электронных [Погорельй, [http](#)].

Не только для журналистов-практиков, но и для профессиональных исследователей журналистики, информационные агентства остаются неким «*deus ex machine*» – «богом из машины», который малопонятным способом узнает обо всем, что творится на белом свете [Международная жизнь, [http](#)]. Таким образом, информационные агентства – это организации, занимающиеся сбором, обработкой и распространением информации. Традиционно эти социальные институты составляют основу национальной и международной систем распространения новостей. Основными подписчиками и потребителями информационных агентств выступают СМИ всех возможных типов, органы госструктур, а также коммерческие и общественные организации [Алёшина, [http](#)]. Исследователи выделяют несколько типов информационных агентств, каждый из которых имеет свою специфику и особенности деятельности: локальные, национальные, региональные и мировые.

«Основные черты мировых агентств – глобальный характер деятельности, быстрота сбора, обработки и распространения информации, стремительность реагирования на технические новшества, обширная и всеохватная сеть корреспондентов и представительств, огромные финансовые возможности – делают их конкурентоспособность практически недостижимой для национальных и региональных служб» [Засурский, [http](#)]. Если информационное агентство владеет собственными спутниками связи, которые позволяют собирать и распространять информацию, оно также относится к мировым агентствам. В их числе: Рейтер (Великобритания), Франс Пресс (Франция), Ассошиэйтед Пресс (США), иногда к ним добавляются и ИТАР-ТАСС (Россия).

Международные агентства, не имеющие масштабов деятельности, сопоставимых с мировыми, тем не менее являются субъектами международного информирования – в от-



личие от небольших слабо оснащенных национальных агентств, ориентированных на приём международной информации, поступающей от их более мощных партнеров.

Региональные агентства специализируются на сборе информации из регионов. В крупных городах сейчас работает по нескольку агентств и информационных бюро, ориентирующихся на разные группы подписчиков (их клиентами могут быть и центральные СМИ), на различную в тематическом отношении информацию и т.д. В структуре региональных агентств преобладают распространяющие рекламно-коммерческую информацию. Растет число агентств и в небольших городах, районах.

Локальными информационными агентствами называют агентства, возникшие на определенной территории (город, район, область) и освещающие в первую очередь происходящие на данной территории события. К примеру, «АПИ» (г. Екатеринбург, [www.apiural.ru]), «Псковская лента новостей» (Псков и Псковская область, [www.pln-pskov.ru]) [Могилёвская, [http](http://)].

Трудности становления, практического воплощения в жизнь плодотворных идеи о рационализации существующей международной системы распространения информации повлекли за собой усиление внимания общественности и политических руководителей развивающихся стран к укреплению национальных агентств печати. «Большинство национальных агентств абонируют услуги по меньшей мере двух крупных мировых агентств или имеют с ними соглашения с тем чтобы получать от них зарубежные новости и снабжать их национальными новостями. Многие агентства печати абонируют услуги ряда более мелких национальных агентств, расположенных либо в соседних странах, либо в странах, представляющих особый интерес. Свои отделения или постоянных корреспондентов за границей в целях сбора и распространения новостей имеет относительно небольшое количество национальных агентств» [Вачнадзе, [http](http://)].

Так, в Латинской Америке только 12 стран из 25 имеют агентства печати. За исключением Чили и Мексики (агентства, которые направляют небольшое число корреспондентов за границу), все эти страны в отношении зарубежных новостей целиком зависят от американских мировых агентств и некоторых других иностранных агентств или газет, в частности от испанского агентства ЭФЭ. В Мексике существует три частных агентства: Информекс, Нотимекс и Амекс, причем каждое из них имеет за границей своих корреспондентов, работающих на полной или неполной ставке. В Карибском районе действуют агентство КАНА на Барбадосе и Пренса Латина в Гаване [Вачнадзе, [http](http://)].

Отправным моментом в истории создания и дальнейшего развития информационного агентства «Prensa Latina» – «Пренса Латина» (далее – PL) явилась победа Кубинской революции 1959 года.

22 января 1959 г. в Гаване состоялась пресс-конференция «Операция «Правда», которая поставила перед собой цель показать истинное положение дел на острове и противостоять пропагандистским кампаниям, которые вели СМИ Запада, чтобы выставить новую власть в стране в негативном виде и демонизировать курс молодого независимого государства, с этой целью была предпринята попытка распространить объективную информацию, продуцируемую кубинскими поставщиками.

Упомянутая пресс-конференция послужила мощным импульсом к развитию СМИ в регионе. Так, уже 16 июня 1959 г. в Гаване было создано региональное информационное агентство «Prensa Latina» – «Пренса Латина» (PL). Оно было образовано по инициативе Эрнесто Че Гевары и аргентинского публициста Рикардо Масетти, который впоследствии несколько лет руководил PL. Организационной формой PL стала форма акционерного общества. Среди основных задач деятельности кубинского информационного агентства были:

- выйти на информационный рынок Латинской Америки, монополизированный агентствами США и других стран Запада, в первую очередь такими, как «Associated press» (США), «United Press International» (США), «Reuters» (Великобритания) и «Agency France Press» (Франция);

- сделать достоянием всего мира правду о кубинской революции и национально-освободительных движениях в регионе.

В апреле 1959 года, до начала деятельности PL, американский чиновник Дюбуа выразил свою ненависть к будущему проекту и «уведомил», что данное агентство будет популяризовать необъективную информацию Кубы. Далее он заявил, что нужно быть бди-



тельным с этим агентством, т.к. оно будет распространять ложь на международном уровне. Дюбуа продолжал настаивать на своем и через несколько месяцев, после появления агентства. В «Washington Post» появилась публикация, утверждавшая, что создание PL было настоящим преступлением. По этому случаю в ноябре 1959 г. Мазетти потребовал опровержения в суде Соединенных Штатов и предложил преследовать Дюбуа за клевету [Un desafio al monopolio de la intriga, [http](#)].

Иное мнение по отношению к информационному агентству выразил кубинский поэт Николас Гильен. Он считал, что «Prensa Latina – это голос Латинской Америки и Латинская Америка не имеет другого выбора, чем кричать о справедливости восстания против империализма». В то же время, он подчеркнул важность подписанных соглашений и новой функции, которые позволили агентству расширить радиус своей активности. «Prensa Latina уже сделали первый шаг к становлению глобального агентства, заключив соглашения об обмене официальными уведомлениями с другими международными, национальными и региональными информационными агентствами» [Un desafio al monopolio de la intriga, [http](#)].

На начальном этапе информационное агентство имело всего 20 журналистов, в том числе и будущего лауреата Нобелевской премии – Габриэля Гарсиа Маркеса. В разное время PL имела за рубежом от 20 до 40 корпунктов и отделений. В настоящее время корреспонденты агентства аккредитованы в 25 странах, в том числе и в России. PL распространяет свою информацию практически на всех континентах (Международная жизнь).

Главные направления деятельности агентства – противоборство американской экспансии в Латинской Америке и мире, развитие образования, медицины и информационной инфраструктуры на континенте и других странах «третьего мира».

Штаб-квартира PL находится в Гаване. В штате агентства – 300 человек (не считая корреспондентской сети). На сегодняшний день PL имеет 26 корреспондентских пунктов в мире и в Латинской Америке. Агентство осуществляет обмены информацией с подобными организациями в своём регионе и за его пределами. Так, «КАНА и PL имеют соглашение о взаимном обмене: Пренса Латина направляет агентству КАНА новости из Латинской Америки, получаемые от ее корреспондентов, а агентство КАНА поставляет агентству Пренса Латина новости из Карибского района» [Вачнадзе, [http](#)].

Сферы информационных интересов PL достаточно широки: политика, экономика, культура, наука и техника, спорт, туризм и различные аспекты кубинской и латиноамериканской жизни. Редакционные материалы PL разбиты на рубрики: «Земной шар», «Куба», «Призма», «Медицинские достижения», «Торговля на Кубе».

Агентство выпускает несколько бюллетеней – финансовый, туристический, «Кибермир», «Медиамир», «Эко Куба», «Мост», «Международная экономическая панорама», «Латиноамериканская экономическая панорама» [Сапунов, [http](#)].

Диверсификация информационной продукции PL выглядит следующим образом: новости Кубы, Северная Америка, Центральная Америка и Карибский регион, Южная Америка, Европа, Азия, Океания. Всемирная служба новостей PL работает на шести языках: испанском, английском, португальском, итальянском, русском и турецком языках. Ежедневно передается 7800 слов сообщений, что составляет более 400 новостей ежедневно. В число постоянных клиентов и подписчиков PL входят 200 периодических печатных изданий Латинской Америки, а сайт информационного агентства ежедневно посещают 200 000 пользователей Сети. По технологическому оснащению PL уступает ведущим информационным агентствам развитых стран. Вместе с тем, в настоящее время PL развивается и успешно функционирует на региональном медиарынке.

PL является также крупным издательством, которое публикует книги по проблемам общественных наук, в первую очередь, через призму журналистики. Особо уделяется внимание истории Кубы и её современного состояния. Опытная команда журналистов, дизайнеров и редакторов ответственна за подготовку содержания и дизайна более 30 периодических изданий, среди которых имеются как издания собственного производства, так и заказные публикации. Среди первых выделяется ежедневник «ORBE», с изданиями для Кубы, Мексики, Венесуэлы, Боливии, Никарагуа и Сальвадора. Также выпускаются журналы «Negocios en Cuba» («Бизнес на Кубе»), «Cuba Internacional» («Интернациональная Куба»), «Avances Médicos de Cuba» («Медицинские достижения Кубы») и «Correos de Cuba» («Поч-



та Кубы»), адресованный кубинцам, проживающим за пределами острова. Издаются журналы для учреждений и компаний Кубы или других стран, среди которых: «Habanera» («Гаванский»), «Excelencias del Caribe» («Превосходство Карибов»), «Amazonía» («Амазония»), «Vietnam Ilustrado» («Иллюстрации Вьетнама»), «Avances Médicos de las Américas» («Успехи американской медицины») и «Cuba Plus» («Куба плюс»). Также издаются путеводители по главным туристическим местам Кубы.

Наряду с информационным агентством и издательством в структуре PL выделены еще несколько структурных подразделений, занимающихся отдельными сферами деятельности: телевидение, радиовещание, служба фото- и инфографики, а также служба мультимедиа.

Радиоредакция ежедневно производит 26 программ по различным темам. Мультимедиа проекты PL, которые носят общее название «Génesis Multimedia» («Генезис Мультимедиа»), в настоящее время насчитывают более ста наименований, изданных в цифровом формате, среди которых энциклопедия «Todo de Cuba» («Все о Кубе»), обновляемая каждые два года, CD «Che por siempre» («Че навсегда»), «Andar La Habana» («Прогулка по Гаване») и другие. Опытные и квалифицированные специалисты «Генезиса» имеют все возможности для проведения и успешного завершения любой творческой работы в области мультимедиа, быстро и высокопрофессионально.

Телевизионная служба «PLTV», имеет почти двадцатилетний профессиональный опыт в подготовке телевизионных новостей и вневременных сообщений для трансляции телевизионных станций и сетей по всему миру, особенно в Латинской Америке. PLTV также производит видеоматериалы для различных целей и оказывает техническую поддержку своим клиентам.

Еще одним каналом доставки информации потребителю выступает сайт информационного агентства в Интернете, посредством которого PL освещает события, как мирового, так и регионального масштаба, преподнося их с позиции кубинского правительства. Помимо основного сайта, который ведется на испанском языке, PL имеет еще шесть ресурсов на иностранных языках, на которых работает основная служба агентства. Всего же кубинское информационное агентство имеет 17 сайтов для распространения информационных сообщений и услуг на разных языках и в различных форматах.

Сравнив русскоязычную и испаноязычную версии сайта, можно отметить то, что информация предоставляется по-разному. Сайт для русскоязычной аудитории делится на несколько тематических частей: «Начало» (главная страница), «Куба», «Латинская Америка», «В мире», «Искусство и культура», «Контакты» и «Кто мы». Сайт для испаноязычной аудитории тематически представлен шире. Он имеет несколько больших разделов, которые делятся на более узкие области. Например, раздел «Inicio» («Главная страница») содержит подпункты «Quiénes somos» («Кто мы»), «Video promocional» («Рекламное видео»), «Correo al Editor» («Электронная почта»). Следующий раздел – «Radio» («Радио»), который включает в себя «Emisora PL» («Радиостанция PL»), «Noticieros» («Новости»), «Resúmenes» («Тезисы»), «Exclusivos» («Эксклюзивно»), «Compilaciones temáticas» («Тематические сборники»), «Corresponsales» («Корреспонденты»), «Programas informativos» («Информационные программы»). В данной версии сайта добавлены объемные разделы: «Multimedia» («Мультимедиа»), где можно познакомиться с эфиром PLTV и радио; «Publicaciones» («Публикации»), размещающая ссылки на периодику PL; «Fotos» («Фото»), содержащая фотографии корреспондентов и «Especiales» («Специально»).

Дизайн сайтов выполнен в едином стиле: стандартные белый фон, новостные колонки, разбавленные фотографиями, в левом верхнем углу логотип информационного агентства PL. Направленность новостей зависит от целевой аудитории. Для жителей Латинской Америки информация о событиях, приходящая из других стран, имеет второстепенное значение по сравнению с фактами о событиях, происходящих на их континенте.

Сайт публикует самые свежие новости в рубрике «Minuto a minuto» (в русскоязычной версии – «Последние новости»). На главной странице каждой из версий собраны самые актуальные публикации. Так на 17 апреля 2014 г. злободневной новостью для России стали переговоры в Женеве по украинскому кризису. Далее следуют публикации, затрагивающие такие проблемы как: «Правительство Эквадора отказывается от советов Межамериканской комиссии по правам человека», «Венесуэла намерена присоединиться к Антарк-



тическому договору», «Доминикана разрабатывает специальный план на время Пасхальных праздников». В рубрике «Куба» публикуется статья под названием «План “Zunzuneo” против Кубы может быть частью шпионской деятельности Обамы». Примечательно то, что эта статья вышла на испаноязычном сайте днем ранее (16 апреля 2014) и была главной новостью, в то время как 15 апреля 2014 г. на русскоязычном сайте событием дня стало подтверждение Россией присутствия на четырехстороннем совещании по Украине.

В день 17 апреля 2014 г. главной новостью основного, испаноязычного, сайта была смерть Габриэля Гарсиа Маркеса. На протяжении трех дней информационное агентство делало множество публикаций на данную тему: «Gabo y sus amores con el cine» («Габо и его любовь к кино»), «Gabo en el recuerdo de su andadura en el periodismo» («Габо в память о своей журналистской карьере»), «Homenaje sinfónico a la memoria de García Márquez en Bogotá» («День памяти Гарсиа Маркеса в Боготе») и другие.

Сайты публикуют новости, поднимающие проблемы стран Латинской Америки в области политики, экономики, сотрудничества с рядом других государств. Таки образом, проведя сопоставительный анализ текстов, размещенных на разных версиях сайта PL, можно отметить, что тематика его испаноязычной версии гораздо шире, чем иных. Так, на основном сайте представлено больше рубрик, разделенных на несколько крупных директорий. Это позволяет посетителям сайта лучше ориентироваться в большом объеме происходящих событиях. Так, директория «Noticias» («Новости») включает в себя следующее рубрики: «Cuba» («Куба»), «Caribe» («Карибы»), «EE.UU y Canada» («США и Канада»), «Еуропа» («Европа»), «Economía» («Экономика»), «Cultura» («Культура»), «Deportes» («Спорт»), «Asia y Oceanía» («Азия и Океания»), «África y Medio Oriente» («Африка и Ближний Восток»), «Ciencia y Tecnología» («Наука и технология»). На 18 апреля в рубрике «Еуропа» главной новостью остается проблема кризиса в Украине, которому посвящены следующие материалы: «Rusia cifra confianza en influencia de EE.UU. sobre Ucrania» («Россия уверена во влиянии США на положение на Украине»). В рубрике «EE.UU y Canada» главной выступила новость об обсуждении в ООН палестинской проблемы: «Comité de ONU debatirá sobre aspectos legales de cuestión palestina» («Обсуждение комитетом ООН правовых аспектов палестинской проблемы»).

Спустя пятьдесят пять лет после своего основания, PL имеет сильную и современную структуру, которая позволяет успешно публиковать информацию в сложном и конкурентном мире международных новостных агентств. Команда издателей, редакторов, журналистов, фотографов, корреспондентов и сотрудников по всему миру поддерживают поток информации PL при поддержке инженеров и высококвалифицированных технических специалистов.

На сегодняшний день PL является одним из самых мощных источников альтернативной информации, снижая давление глобальных информационных потоков со стороны «медийных монополистов» – западных мировых информационных агентств. PL пытается распространить свое влияние на весь континент. Особой популярностью его информация пользуется в Венесуэле, Колумбии, Гватемале, Аргентине. Информация «Prensa Latina» постоянно присутствует на полосах сводки новостей как латиноамериканской, так и российской прессы – газет «Правда», «Российская Газета», журнала «Международная Жизнь».

Список литературы

1. Алёшина И. В., Паблик Рилейшнз для менеджеров [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.uamconsult.com/book_513_chapter_14_5.1-1_Informacionnye_agentstva.html, свободный. – Яз. рус.
2. Вачнадзе Г., Кашлев Ю., Международный обмен информацией. Его сторонники и противники [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vse-uchebniki.com/knigi-jurnalistika/mejdunarodnyiy-obmen-informatsiey-ego.html>, свободный. – Яз.рус.
3. Могилёвская Э. В., Информационные агентства в Интернете: особенности и принципы функционирования [Электронный ресурс] // диссертация. – Режим доступа: <http://wiasite.com/page/internet-realnost/ist/ist-17--idz-ax51--nf-50.html>, свободный. – Яз.рус.
4. Моисеев А., Журналисты Кубы взяли курс на актуализацию [Электронный ресурс] //Международная жизнь. – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/print.php?item=9964>, свободный. – Яз. рус.
5. Погорельский Ю. А., Информационное агентство: стиль оперативных сообщений [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text19/018.htm>, свободный. – Яз. рус.
6. Пренса Латина: русскоязычная версия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ruso.prensa-latina.cu/>, свободный. – Яз.рус.



7. Сапунов В. И., Функционирование зарубежных информационных агентств в современной медиасистеме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sarmedinfo.ru/list/8238>, свободный. – Яз. рус.
8. Система средств массовой информации России: учебное пособие для вузов /Под ред. Я. Н. Засурского/ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text/61.htm>, свободн. – Яз.рус.
9. Prensa Latina: Español [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.prensa-latina.cu/>, свободный. – Яз.исп.
10. Un desafío al monopolio de la intriga//María Begoña Aróstegui Uberuaga, Gladys Blanco Cabrera//

CUBAN NEWS AGENCY «PRENSA LATINA»: HISTORY, CURRENT STATUS AND SPECIFICS OF PROFESSIONAL ACTIVITIES

A. I. Gubina

*Belgorod National
Research University*

*e-mail:
anna.199105@yandex.ru*

The article contains information about history and activity of Cuban news Agency “Prensa Latina”.

Keywords: News Agency, «Prensa Latina», Latin America, information expansion, PL.