Содержание

Введение

1. Информационные агентства России

1.1 Национальные агентства

1.2 Информационное агентство Интерфакс

1.3 Российское Информационное Агентство "Новости"

2. Специализированные агентства

2.1 Экономические агентства

2.2 Социально-культурные агентства

2.3 Сетевые агентства

Введение

Информационные агентства — специализированные информационные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция — снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на их продукцию. Функционирование агентств ориентировано на сбор новостей.

Информационные выпуски агентств отличаются тематикой (общеновостные и специальные — политическая лента, экономическая, спортивная, международная и т.д.), объемом (измеряется количеством сообщений или страниц, сейчас часто в килобайтах), периодичностью (непрерывно поступающие сообщения, количество выпусков в день, неделю, месяц), способом передачи (по электронным телекоммуникационным каналам, спутниковой связи, электронным сетям, а также по телеграфу, телефону, почтой), формой (в электронном или печатном виде: бюллетени, вестники, готовые для эфира сообщения, мультимедийная продукция и т.п.), ориентацией на отдельные группы потребителей (на общенациональные и региональные СМИ, электронную прессу, органы власти, учреждения, коммерческие организации и т.д.).

Актуальность курсовой работы: так как количество упоминаний дальневосточных агентств в национальных СМИ весьма невелико, следует понимать, что большинство населения не знают.

Цель – исследование и анализ деятельности иностранных, национальных и региональных информационных агентств, уровень их цитируемости.

Задачи:

1. Изучить деятельность иностранных информационных агентств, проанализировать специфику их деятельности.
2. Изучить деятельность национальных информационных агентств, проанализировать специфику их деятельности.
3. Исследовать специфику деятельности региональных информационных агентств; проанализировать дизайн, наполнение электронных версий.

1. Информационные агентства России

Рост и развитие структуры информационных агентств были тесно связаны с переходом к рыночным отношениям, с потребностями информационного рынка в независимой и объективной информации. Новые информационные агентства, возникшие в конце 80-х гг., очень быстро преодолели организационные и технические трудности и буквально за два-три года завоевали популярность в журналистской среде. Объяснялось это тем, что точка зрения, высказываемая в сообщениях и комментариях новых агентств, часто не совпадала с официальными утверждениями, распространявшимися по каналам ТАСС и АПН.

К настоящему времени в России действуют около тысячи различных служб, называющих себя информационными агентствами. Их основные направления развития и совершенствования деятельности:

* повышение оперативности сообщений за счет разработки и освоения новых технических средств передачи информации;
* уточнение аудитории и поиск своей информационной ниши, ведущей к дальнейшей специализации по проблемно-тематическому, аудиторному, технологическому и прочим признакам;
* максимальный учет потребностей и интересов потребителей — интенсификация маркетинговых исследований, усиление экспертно-аналитических служб в составе агентств, постоянное обновление информационных продуктов и диверсификация продукции в целом;
* повышение достоверности и надежности сообщений за счет роста профессионального мастерства и технологических поисков.

В условиях необходимости соответствовать рыночным требованиям оказались и бывшие монополисты. ТАСС и АПН выдержали испытание рынком. Эти агентства, а также Интерфакс являются крупнейшими и определяют погоду на рынке информации.

В Систему информационных агентств входят:

* Национальные агентства - крупные общероссийские агентства, дающие универсальную по тематике информацию (ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РИА "Вести");
* специализированные агентства;
* региональные агентства;
* сетевые агентства (отличаются от традиционных тем, что не имеют печатных аналогов).

1.1 Национальные агентства

Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)

По классификации ЮНЕСКО, ИТАР-ТАСС сегодня является одним из крупнейших мировых агентств.

ИТАР-ТАСС предлагает широкий спектр информационных услуг, который обеспечивается деятельностью нескольких подразделений агентства:

* службой новостей, включающей тематические отделы, специализирующиеся на сборе текущей информации, охватывающей все сферы действительности;
* самостоятельно действующими агентствами, которые производят международную, экономическую и спортивную информацию;
* уникальными по своим возможностям и запасам информации справочной и фотослужбой, рекламным и коммерческим центрам, а также другими службами, включая технические, занимающимися распространением и доставкой продуктов подписчикам.

Основное направление деятельности агентства — производство оперативной событийной информации. Главный информационный продукт ИТАР-ТАСС — "Единая новостная лента (версия 1)" передается в режиме реального времени круглосуточно и сообщает обо всех заслуживающих внимания событиях в России, ближнем и дальнем зарубежье. ЕНЛ-1 получают общенациональные и крупные региональные газеты и телекомпании, агентства, иностранные дипломатические представительства в России. На основе информации, входящей в ЕНЛ-1, службой главного выпуска формируются и выпускаются также в режиме реального времени другие событийно-информационные продукты, предназначенные для подписчиков, которым требуются материалы определенной тематической направленности. Эти продукты различаются компоновкой новостей, объемом, периодичностью, ориентированностью на разные группы потребителей, способом доставки и, естественно, стоимостью подписки. Такой "перекрестный" метод подачи новостей позволяет наиболее полно и всесторонне удовлетворить нужды потребителя.

"Единая новостная лента-2" формируется только из основных сообщений о событиях в России и реакции на них за рубежом. Она рекомендуется областным, республиканским, краевым, городским газетам и телерадиокомпаниям, СМИ стран СНГ и Балтии.

"ТАСС-сигнал" ориентирован на электронные СМИ и дает им возможность быстро компоновать информационные блоки к каждому выпуску новостей. "ТАСС-сигнал" адресуется также крупным газетам.

"ТАСС-экспресс" предлагает самые "горячие" российские и зарубежные новости. Этот продукт рассчитан на получателей региональных пакетов событийной информации, которых интересуют только самые горячие новости.

"Новости из властных структур России", "В странах СНГ и Балтии", "Деловые новости", "Духовный мир", "Криминальная хроника" также распространяются круглосуточно в режиме реального времени и рассчитаны на определенную адресную аудиторию.

Другим большим направлением в деятельности агентства является производство и распространение пакетированной информации. Она передается один или несколько раз в сутки или в неделю в определенное время и представляет собой несколько различных пакетов информации специального характера, предназначенных разным группам потребителей. Это "ТАСС-анонс" — блок кратких сообщений о событиях предстоящего дня; "Телерадиодневник" — готовые для эфира выпуски кратких новостей; "Московские газеты пишут" — пакет, раскрывающий содержание наиболее заметных материалов из "Известий", "Российской газеты" и "Российских новостей" (делается совместно с редакциями и выходит накануне дня выхода этих газет).

Другие пакеты содержат различные варианты сводок новостей и адресованы определенным потребителям. Помимо важнейших новостей, они комплектуются сообщениями, которые могут заинтересовать именно данную аудиторию.

Адресность и обусловленная ею тематическая избирательность лежат в основе региональных программ событийно-оперативной информации. Акцент в них делается на события на местах, содержится детальная информация из регионов, отсутствующая в единых новостных лентах. Таких программ у агентства несколько: "Восток", "Урал", "Юг", "Центр". В сочетании с тематическими пакетами и "ТАСС-экспресс" они способны полностью удовлетворить потребности региональных СМИ в текущей информации.

"ТАСС-курьер" — блок познавательной информации. Тематические пакеты этой информации ("Калейдоскоп", "Медицина", "Гороскопы", "Хроника светской жизни", "Армия и разведка", "Национальный хит-парад" и др.) передаются, раз в неделю и создаются на базе "ЕНЛ" и ленты "Вести с пяти континентов", дополняются сообщениями зарубежных корреспондентов и позволяют полнее удовлетворить интерес к различным областям знаний.

Помимо оперативной информации, ИТАР-ТАСС выпускает бюллетени, вестники, справочную литературу в электронном и печатном виде, оказывает рекламные и PR-услуги, совместно с агентством Рейтер производит электронную новостную графику, предоставляет телекоммуникационные услуги; ИТАР-ТАСС располагает огромным фотоархивом и оперативной новостной фотослужбой.

Даже короткий обзор информационных продуктов и услуг ИТАР-ТАСС показывает, что сфера деятельности информационных агентств, в особенности крупных, универсального типа, выходит далеко за пределы оперативного информирования о событиях, хотя оно и остается главной сферой их деятельности.

1.2 Информационное агентство Интерфакс

Информационное агентство Интерфакс создано в 1989 г. и сегодня является крупнейшей негосударственной информационной корпорацией и представляет собой холдинг из 15 отдельных компаний.

Интерфакс — акционерное общество закрытого типа. Основной статьей дохода является подписка на информационные продукты. Агентство имеет дочерние предприятия — Интерфакс-Америка, Интерфакс-Европа, Интерфакс-Германия, которые распространяют информацию о жизни в России за границей напрямую. Дистрибьютором информации Интерфакса в Японии является агентство Киодо Цусин. В составе группы Интерфакс успешно работают специализированные службы новостей — Агентство финансовой информации, Агентство нефтяной информации и многие другие.

Также Интерфакс создал отдельные информационные агентства, работающие в регионах и странах СНГ, занявшие лидирующие позиции на местных рынках новостей. Это Интерфакс-Евразия (Урал, Сибирь, Дальний Восток), Интерфакс-Украина и Интерфакс-Запад (Белоруссия).

Главный информационный продукт Интерфакса — лента политических новостей "Интерфакс. Новости", передаваемая как в реальном времени, так и блоками в определенные часы. Этот выпуск получают во многих странах мира и считают его лучшим в информировании о событиях, происходящих в странах СНГ. Среди других ежедневных выпусков: "Президентский вестник" — информация из высших государственных структур стран СНГ и Балтии; "Интерфакс-Бизнес" — "горячая" бизнес-информация, сообщения о законодательных актах, регулирующих экономические отношения, программы, обзоры, статистика; "Интерфакс-Нефть" — информационное издание, дающее ежедневную информацию о состоянии нефтегазового комплекса; "Интерфакс-финансы" — ежедневное издание для банкиров, финансистов и дилеров; "Дипломатическая панорама" — информация о внешнеполитической деятельности.

Интерфакс издает также еженедельные и ежемесячные информационные выпуски, в основном экономического характера, содержащие обзоры, аналитическую информацию, экспертные оценки, оригинальные интервью и репортажи, подготовленные по заказам. Представляют интерес и совместные издания: "Думское обозрение" (совместно с пресс-службами палат парламента), "Спектр" (совместно с Фондом "Общественное мнение", публикуются рейтинги и результаты социологических опросов).

1.3 Российское Информационное Агентство "Новости"

Государственное информационно-аналитическое агентство, образованное на базе АПН в 1992 г. Ежедневно распространяет актуальную общественно-политическую, экономическую, научную, финансовую информацию на русском, основных европейских и арабском языках. РИА "Новости" является общенациональным агентством универсального типа. Основной продукт — новостная информационно-аналитическая лента "Горячая линия" — выходит в двух версиях. Экспресс-информация передается в реальном времени и включает рубрики: "Анонс" — информация о событиях предстоящего дня с указанием места и времени; "Основные события дня" — перечень важнейших событий и тем, которые планируется освещать в "Горячей линии" в течение дня; "Утренняя почта" — краткие анонсы важнейших событий наступающего дня, новости, поступившие после полуночи; "Новости дня" — подборка главных новостей из России и зарубежья, адаптированных для радио- и телеэфира; "Эксклюзив" — интервью государственных, политических и общественных деятелей по самым актуальным проблемам; "Калейдоскоп" — неполитические новости. Дайджест-версия выпускается ежедневно четырьмя блоками на основе информации, прошедшей в экспресс-выпуске.

Другие новостные ленты: "Москва", "Дипломатические новости России", "Новости российской экономики", "Валютная экспресс-лента", "Сибирский курьер", "Светская хроника".

Вестники — визитная карточка РИА "Новости", доставшаяся ему в наследство от АПН. Конечно, сейчас и их характер, и количество существенно изменились. Доставляются вестники почтой в традиционном печатном виде и электронной почтой, по сетям Интернет и иными способами. Среди вестников хорошо известные "Власть в России", "Российские регионы", "Приватизация в России", "Спутник инвестора", "Арабский бюллетень". В прошлом агентство ориентировалось в основном на зарубежных подписчиков; сегодня РИА "Новости" стремится сохранить за собой и эту нишу. Часть вестников выходит на иностранных языках.

РИА "Новости" издает журналы "Россия" и "Спутник". У агентства есть собственные информационные службы: компания "ТВ-Новости", осуществляющая производство и выпуск в эфир на канале Россия телепрограмм; радиостанция "РИА-радио"; компания "Фото-новости". Широко известен политический клуб агентства, организующий и проводящий пресс-конференции известных государственных, общественных деятелей, представителей деловых кругов. Агентством созданы соответствующие службы, занимающиеся маркетинговыми исследованиями, рекламой, обеспечением выставок, оказанием полиграфических услуг, переводами на иностранные языки и подготовкой эксклюзивных материалов и бэкграундов (специальных изданий к важнейшим событиям в российской и международной жизни).

Заключение по главе

Если сравнить основной информационный продукт — оперативную событийную информацию, распространяемую тремя ведущими агентствами, то легко увидеть, что в содержательном плане у них много общего. Однако заметны и различия: форма подачи новостей, способы их передачи, компоновка, характер "пакетирования", адресность, наконец, полнота и оперативность. Далее – сотрудничество трех агентств с зарубежными информацинными агентствами

Важно отметить, что в России сегодня действуют сотни других информационных агентств, соперничающих друг с другом и постоянно обновляющих свою продукцию.

2. Специализированные агентства

2.1 Экономические агентства

Развитие рыночных отношений породило огромный и всё увеличивающийся спрос на информацию финансово-экономического характера. Возникла нужда в специализированных агентствах. Агентство экономической, деловой, финансовой информации и соответствующие службы в агентствах универсального типа развиваются более динамично. В основном характере развития агентств этого типа наглядно проявились общемировые тенденции информационных служб экономического типа, описанные выше. Главные потребители их продуктов – банки, инвестиционные компании, брокерские службы. Экономические ИА являются непосредственными участниками рынка, оставаясь при этом сферой профессиональной журналистской деятельности. Их основная цель – получение максимальной прибыли в условиях жесткой конкуренции.

Всё это существенно изменило характер информационных продуктов, производимых этими агентствами, - они не только поставляют "готовый продукт", но и разрабатывают компьютерные программы, встроенные в информационный продукт, которые, анализируя новостную информацию, позволяют немедленно принимать экономические решения, то есть создавать новые продукты. Терминалы крупных ИА, установленные на биржевых площадках, стали важнейшей частью инфраструктуры рынков. Такой характер использования новостной информации заставляет ИА устанавливать прочные связи со своими клиентами, создавать сообщества с экономическим партнером, неустанно заботиться о предоставлении ему максимально удобных пользовательских возможностей, чтобы увеличивать общую прибыть. Экономических ИА на рынке довольно много, вот лишь наиболее влиятельные из них.

* "РосБизнесКонсалтинг" (РБК) – ведущая российская компания, работающая в сфере масс-медиа и информационных технологий, создана в 1992 году; сегодня лидирует на рынке предоставления информации об ИТ-технологиях и их разработки для бизнес-структур. Круглосуточно на сервере компании выпускаются оперативные новости. РБК предоставляет самый большой объем финансовых данных. Интерактивные информационные системы позволяют участникам самостоятельно выставлять котировки. РБК использует только прогрессивные Интернет-технологии, и это позволяет ему в течение нескольких лет оставаться самым посещаемым ресурсом российского Интернета. Основные продукты РБК: "RBC news", "Лента фондовых новостей РБК", "Единая лента новостей", "Биржевые котировки".
* "AK&M" было учреждено в 1990 году как компания по составлению бизнес-планов и проспектов эмиссий и за это время выросла до крупного агентства национального масштаба. Период развития и становления агентства пришелся на годы, когда в стране закладывались основы фондового рынка, и в этой ситуации "AK&M" предложил уникальные информационные услуги – информацию об эмитентах. Сейчас агентство известно прежде всего своей уникальной базой данных "AK&M-LIST", а также продуктами: "AK&M online news", бюллетень "Отрасли российской экономики: производство, финансы, ценные бумаги", различные базы данных, рейтинги, аналитические исследования.
* "Финмаркет" специализируется на информационном обеспечении профессионалов, работающих на финансовом рынке. Выпускает ежедневные печатные бюллетени "Финансовый маркетинг" и "Внебиржевой рынок", информационные блоки "Валютный портал" и "Фондовый портал". Характерная деталь: широкий спектр услуг и большой объем информации всегда сопровождается исчерпывающим комментарием менеджера, закрепленного за каждым клиентом.

Другие крупные агентства экономической информации: "Прайм –ТАСС", МФД-ИнфоЦентр, "Ореанда"; часть агентств работает на отдельных сегментах ранка: "МЗ-медиа" - вопросы личных финансов и рынка розничных финансовых услуг; "Альянс-медиа" - информационное обеспечение предприятий малого бизнеса; "СКРИН" - информация и новости о корпоративных событиях; "ФК-Новости" - информация о деятельности контрольно-счетных органов и силовых ведомств; "АиФ" - Интернет-портал о новостях топливного рынка.

2.2 Социально-культурные агентства

Агентств, специализирующихся на сборе и распространении информации культурного и особенно социального характера, заметно меньше. Это связано с тем, что пресса в целом сильно политизирована и информации о состоянии социальной сферы уделяет гораздо меньше внимания. Влияет и сам характер такой информации — она менее оперативна и событийна, это так называемые "мягкие новости". Справедливо замечено, что возможности предъявления информации социального характера, в смысле адекватного текстового оформления, невелики. Тем не менее, общество нуждается в информации о самом себе; в опросах постоянно присутствуют данные о том, что именно социальной информации прессе недостает более всего. Поэтому опыт деятельности таких агентств, как АСИ (Агентство социальной информации), РЭФИА (Российское экологическое федеральное информационное агентство), РАСИ (Российское агентство социально-экономической информации), "Прима-News", "Новости гуманитарных технологий", АКИ (Агентство культурной информации), агентство "Культура", информационный портал "Культура", представляет особый интерес. Материалы, которыми располагает каждое из этих агентств, по-своему уникальны, несмотря на то, что их коммерческие возможности невелики, материальная база значительно уступает агентствам экономического профиля.

АСИ – образованное в 1994 году по инициативе нескольких благотворительных фондов независимое агентство, осуществляющее продвижение гражданских инициатив. Ежедневно агентство выпускает новости "с человеческим лицом" о социально значимых событиях, о деятельности некоммерческих организаций, о судьбах людей. В новостях АСИ нет политики и коммерции, нет скандалов и криминала. Основные продукты АСИ: "Ежедневные новости" (права человека, социальная защита, благотворительность, женское движение, дети и молодежь, экология, здравоохранение, наука, образование, СМИ, местное самоуправление), еженедельные выпуски новостей и анонсов на предстоящие десять дней, информационно-аналитические бюллетени.

"Турне" и "Интермедиа" специализируются на информации о музыке и кино. "Телескоп", "Известия-телемир", "Телефакс" — на телепрограммах, оперативной телехронике, аннотациях к передачам.

На сборе и распространении информации правового характера — нормативные акты, юридические справки, подборки из газет и журналов — специализируется агентство "Интералекс", распространяющее свои продукты на CD-rom.

2.3 Сетевые агентства

Так называемые сетевые агентства появились вместе с первыми интернет-СМИ и отличались от традиционных тем, что существовали (то есть производили новостную продукцию и распространяли ее) исключительно в сети и не имели "бумажных" аналогов; "сетевые" новости имели целый ряд преимуществ, у них сложились и свои текстовые особенности.

В очень короткие сроки традиционные агентства новостей – прежде всего за счет стремительного распространения компьютерных технологий – стали работать в аналогичных условиях. Свои продукты они также передают в режиме реального времени, имеют, помимо сохранившихся в ряде случаев бумажных аналогов, свои собственные сайты, серверы, электронные базы данных. Реальные различия между ними сегодня не так принципиальны, как раньше. Однако, информация сайтах печатных изданий обновляется не так часто, так как это для них не принципиально; к тому же, у них есть и другие функции.

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.

"НТР-регион" издает для центральной прессы ежедневный бюллетень о жизни в регионах.

Агентство новостей и информации (АНИ) не имеет тематической специализации, однако удачно нашло свою нишу, сконцентрировав усилия на распространение анонсирующей информации. "АНИ-анонс", обновляющийся трижды в день, достаточно популярен в журналистских кругах. "Восточно-европейская пресс-служба" занимается мониторингом прессы, телевидения, радио, передавая по электронной почте 40 наименований тематических дайджестов и клипингов. "АиФ-Новости" специализируется на сборе эксклюзивной информации. Православное агентство "Престол" работает только с заказной информацией