

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

Высшего образования

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ФГБОУ ВО КубГУ)**

**Кафедра истории и правового регулирования массовых коммуникаций**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

По дисциплине «История отечественной журналистики»

 **Информационное агентство РИА «Новости»: история создания и развития**

Работу выполнил студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ивлева Е.А.

(подпись, дата)

Факультет Журналистики курс 2 ОФО

Направление 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель:

Доктор филологических наук

Профессор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Лучинский Ю.В.

(подпись, дата)

Нормконтролёр

Преподаватель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Горбуненко А.Ф.

(подпись, дата)

Краснодар 2017

 СОДЕРЖАНИЕ

Введение ……………………................................................................................3 1 Первые информационные агентства: история появления и типологические особенности …………………………………………………………………….5

1.1 Специфика создания и развития информационных агентств в Европе…………………………………………………………………................5

1.2 Предпосылки появления и специфика первых информационных агентств в России …………………………………………………………………………7

1.3 Типологические характеристики информационных агентств …………..10

2 Информационное агентство РИА новости: этапы развития и современное состояние ………………………………………………………...........................14

2.1 Формирование и развитие медиахолдинга РИА новости ………………..14

2.2 Специфика трансформации медиахолдинга «РИА новости» в международный мультимедийный пресс-центр «МИА «Россия сегодня» …18

2.3 «МИА «Россия сегодня»: основные направления, тематика, проекты….20

Заключение ………………………………………………………………………25

Список использованных источников …………………………………………..27

 ВВЕДЕНИЕ

Данная курсовая работа посвящена изучению одного из крупнейших информационных агентств мира РИА «Новости», его истории создания и развития. РИА «Новости» рассматривается на фоне истории зарождения первых информационных агентств, а также исследования структуры, специфики и особенностей функционирования агентств как специализированного предприятия в настоящее время. Для того, чтобы разобраться во всех аспектах, связанных с деятельностью и развитием информационного агентства, его востребованностью, спецификой, необходимо обратиться не только к общим теоретическим знаниям в этой сфере, но и к конкретному примеру, который позволит проследить особенности непосредственно через практическую деятельность.

Актуальность темы исследования. Информационная продукция агентств на данный момент имеет огромное социальное значение. Как правило, именно агентства играют главную роль в системе коммуникаций. В последние годы с развитием информационных технологий меняются подходы к представлению информации и оперативной доставки новостного контента, внедряются новые механизмы. Таким положением дел обусловлена актуальность данной работы.

Степень разработанности темы. В ходе исследования было отмечено, что в современной учебной литературе, материалах, связанных с темой информационных агентств, большое внимание уделяется основным этапам развития агентств, особенностям функционирования и специфике их деятельности. Степень изученности темына теоретическом уровне довольно высокая, что касается практической части, то не везде можно встретить опору на реальные примеры, особенно если касаться самых новых материалов. Поэтому новизной становится опора на деятельность РИА «Новости» в настоящее время в контексте современных событий.

Цель исследования. Целью данной курсовой работы является анализ деятельности информационных агентств и систематизации знаний не только с точки зрения истории развития, но и на примере конкретного агентства.

Задачи исследования. Задачи заключаются в следующем:

1. Рассмотреть историю возникновения и развития информационных агентств, как зарубежных, так и российских.

2. Дать общую характеристику работы информационных агентств, обозначить специфику, особенности их новостной продукции, структуру.

3. Рассмотреть историю развития, специфику деятельности информационного агентства РИА «Новости», трансформацию данного медиахолдинга и изучить современное состояние и функционирование агентства.

Объект исследования. Объектом исследования курсовой работы является информационное агентство, как разновидность СМИ в контексте специфики создания и развития.

Предмет исследования. Предметом исследования является Российское информационное агентство «Новости» (в настоящий момент Международное информационное агентство «Россия сегодня»).

Методы исследования. Для проведения исследования использовались такие методы, как историко-хронологический, изучающий последовательное развитие информационных агентств и, в частности, агентства РИА «Новости» в контексте времени, а также типологический метод, определяющий специфику конкретного информационного агентства.

Хронологические рамки данного исследования: 1941 – 2017 год, то есть от начала создания РИА «Новости» и до сегодняшнего времени. Но следует отметить, что при изучении истории появления информационных агентств в целом, есть обращение к событиям 19 века.

Структура. Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников из 29 наименований.

 1. Первые информационные агентства: история появления и типологические особенности

1.1 Специфика первых информационных агентств в Европе

Самое первое информационное агентство возникло более 180 лет назад, а именно в 1835 году во Франции. Основателем его стал Шарль-Луи Гавас (1783 – 1858), венгерский делец. Родился в Руане, получил хорошее образование, имел особый талант к изучению языков. При правлении Наполеона Шарль-Луи работал банкиром, давал огромные кредиты правительству. И после того, как император потерпел поражение, Гавас разорился. В этот период его жизни ему и пригодились знания иностранных языков: он начал делать переводы из европейской периодики. Это дело обернулось большим успехом. Обзоры иностранной прессы он продавал парижским периодическим изданиям. Спустя некоторое время возникло информационное агентство «Гавас», услугами которого пользовались авторитетные парижские газеты такие, как «Журналь де Деба», «Конститюсьонель», «Пресс», «Сьекль». Через некоторое время Гавас создал сеть корреспондентов в других странах, которые передавали информацию из мест пребывания. Распространялись новости с помощью голубиной почты и оптического телеграфа. «В 1853 году почти во всех парижских ежедневных газетах появилась рубрика «Сообщения телеграфного агентства», в которой печаталась информация агентства «Гавас». После смерти Гаваса агентство унаследовал его сын Огюст Гавас. Агентство «Гавас» просуществовало до 1940 года. В 1944 году на базе «Гавас» было создано информационное агентство «Франс-пресс» [19].

 Следующие основатели собственных информационных агентств такие, как Вольф Бернхард и Пол Джулиус Рейтер, получили свои навыки работы в именно в агентстве Шарля- Луи Гаваса.

 Итак, Вольф Бернхард после работы в агентстве Гаваса в 1848 году открыл собственную газету «National Zeitung», где являлся исполнительным директором. При издании он создал агентство. С помощью телеграфа Бернхард помещал в газете короткие сообщения из Лондона и Франкфурта. Вскоре Вольф заключил договор с издателями других изданий, а также с частными лицами, чтобы поставлять им биржевые новости, которые получались из Парижа, Гамбурга, Лондона, Франкфурта-на-Майне и Штеттина. Именно таким образом возникло «Телеграфное корреспондентское бюро (Б. Вольф)».

 «Вначале передаваемые новости были только биржевыми, но вскоре стали дополняться и новостями политическими. В 1847 году был изобретен телеграф. Впервые стало возможным передавать информацию на большие расстояния с огромной скоростью. Когда была четко налажена телеграфная связь между немецкими городами и Веной, то Вольф усилил бюро новостей службой внутриполитической информации» [19].

 Уже в 1850 году предприниматель и журналист Пол Джулиус Рейтер начал использовать голубиную почту для передачи коммерческих новостей по Германии. Однако в это время между Парижем и Берлином уже существовала прямая телеграфная связь. Важно отметить, что именно в Германии в городе Аахене Рейтер открыл свое первое информационное бюро. Но все же именно Англия стала для Рейтера тем местом, где он видел огромные перспективы в развитии информационного рынка. И уже летом 1851 года журналист решил переехать в Лондон, где открыл первый офис будущего агентства для передачи биржевых новостей в Париж при помощи телеграфного кабеля. В скором времени появилась «The Reuter’s Telegram Company», основу текущей хроники которой составили коммерческие новости. В 1858 году одно из лондонских изданий подписалось на рассылки сообщений компании Рейтера. Затем получателями информации этого агентства стали и другие газеты. В настоящее время компания объединяет около 2000 журналистов, операторов, фотографов, передает информацию из 157 стран и в писке самых влиятельных агентств мира занимает второе место.

 В 1870 года все три агентства решили разделить сферы влияния, подписав Картельный договор, согласно которому Рейтер распространял свою информацию в Великобритании и в странах Восточной Азии, Гавас во французских колониях и средиземноморских странах Европы, а Вольф – в Австрии, России и Скандинавских странах.

 «В мае 1848 года десять представителей шести ведущих газет Нью-Йорка собрались, чтобы обсудить возможность уменьшения расходов на получение новостей в связи с появлением телеграфа. Затем последовала долгая серия переговоров и в результате состоялась историческая встреча, приведшая к созданию корпоративного объединения газет под названием «Associated Press of New York», а в дальнейшем просто «Associated Press» («Ассошиэйтед Пресс»)» [19]. Идея заключалась в том, что все расходы по содержанию парохода, который выходил из Бостона встречать корабли из Галифакса, делились поровну между этими шестью газетами. Расходы от полученных телеграфом новостей из Бостона в Нью-Йорк и услуги телеграфа оплачивались совместно. Позже была проложена теоеграфная линия в Галифакс. Именно таким образом зародилось первое американское информационное агентство «Associated Press». В настоящее время это самое крупное агентство мира.

 Важным изобретением стал межконтинентальный телеграфный кабель между Европой и Северной Америкой, который был впервые использован в 1858 году. Еще одним значительным открытием стал телефон, в корне изменивший представление о способе обмена информацией. Аппарат был запатентован в 1870 году А. Беллом. Вообще, техника агентского дела улучшалась и улучшалась. В 1880 году Рейтер приобрел пишущие машинки. И уже с 1882 года сообщения начали регулярно передаваться в редакции газет по телефону.

1.2 Предпосылки появления и специфика первых информационных агентств в России

История информационных агентств России начинается со второй половины 19 века. Именно после «великих реформ» 1860-х годов, когда в быстром темпе начали развиваться торговля, сельское хозяйство, промышленность, требовалась оперативная, а, главное, достоверная информация о состоянии мировых рынков и политической ситуации. «В то время периодическая печать не могла получать телеграммы политического содержания напрямую, не пройдя цензуры в Министерстве иностранных дел. Однако в 1866 г. Высочайшим разрешением была создана отечественная служба – Российское телеграфное агентство (РТА)» [26].

 Основываясь на полученной информации из зарубежных стран, составлялись специальные бюллетени, которые затем рассылались несколько раз в день подписчикам с помощью телеграфа. В скором времени РТА начало заниматься сбором внутрироссийской информации и распространять ее через агентство Вольфа за пределами страны. Уже в 1872 году появилось Международное телеграфное агентство, а спустя десять лет в 1882 году начало свою работу Северное телеграфное агентство. Важно отметить, что все российские агентства принадлежали частным лицам – крупным издателям. Телеграфные агентства обеспечивали информацией, как провинциальные печатные издания, так и столичные.

 В 1904 году по инициативе российских властей было создано Санкт-Петербургское телеграфное агентство (СПТА). Оно стало первым независимым агентством в стране, созданное на государственные денежные средства и находящееся под контролем правительства.

 После октябрьской революции 1917 года начался новый этап в истории российских агентств. «В течение короткого времени все информационные учреждения в столице, на местах и корпункты за границей были слиты в единый информационный орган – РОСТА» [26]. Вся деятельность телеграфного агентства находилась под строгим контролем правительства, которое диктовало, какая информация подлежит распространению. Печатные издания, в свою очередь, по постановлению Совета народных комиссаров РСФСР, должны были публиковать материалы, полученные от РОСТА. «В 1919 года у РОСТА было уже 42 корреспондентских пункта на территории России, а в 1922 – уже 477. В агентстве было 10 отделов, среди них: литературный, агитационный, инструкторский, художественно-фотографический. Довольно быстро была создана корреспондентская сеть. Кроме того, действовали отделения за рубежом»[19].
 На протяжении своего существования деятельность телеграфного агентства неоднократно претерпевала изменения. С 1925 года начало функционировать под новым названием – Телеграфное агентство Советского Союза (ТАСС). Довольно долгое количество времени ТАСС являлось единственным официальным источником информации.

 В 1961 году на базе Совинформбюро было образовано еще одно информационное агентство: «Агентство печати «Новости» (АПН). Оно было негосударственным, но при всем при этом строго контролировалось властями. АПН распространяло информацию в основном среди иностранных подписчиков, а основной задачей агентства стала внешнеполитическая пропаганда. ТАСС к этому периоду уже стало одним из самых крупных агентств в мире.

 После распада СССР начался так называемый информационный «бум». Что касается информационных агентств, то в это время монополия ТАСС и АПН была разрушена, и создавались новые агентства, которые смогли завоевать имидж надежного источника. Острая конкурентная борьба информационных агентств друг с другом способствовала успешному развитию, также за счет этого повышался уровень качества информационного продукта. «Существуя исключительно за счет получения средств от собственной деятельности, они стремились расширять круг своих подписчиков. Используя чисто рыночные механизмы – потребительский спрос, информационные агентства становились экономически независимыми, обеспечивая таким образом самостоятельность проведения информационной политики» [26]. Важно отметить, что конкуренция влияет на основные направления развития деятельности информационных агентств. К ним относятся: повышение уровня оперативности передачи информации; конкретизация аудитории, поиски информационных ниш; максимальное внимание к интересам потребителей; повышения уровня надежности и достоверности информационного продукта.

 В настоящее время в России насчитывается более тысячи информационных агентств.

1.3 Типологические характеристики информационных агентств

Потребителями или получателями продукции агентств являются как другие средства массовой информации (редакции журналов, редакции газет, телевидение, радио) так и властные органы, общественные и частные структуры и подразделения, которые заинтересованы в получении новостей из нужных им областей.

 Продукция информационных агентств различается по следующим общеизвестным признакам. Один из них – тематика (общеновостная и специальная). Как уже говорилось выше, агентства предоставляют новую информацию из различных областей: экономическая, политическая, спортивная, культурная, социальная и т.д. Далее, объем. Объем устанавливается количеством сообщений, страниц, в настоящее время часто измеряется килобайтами. Следующее различие продукции агентств связано с периодичностью. Это могут быть непрерывно поступающие сообщения, либо сообщения ежедневные, еженедельные, ежемесячные. По способу передачи: электронные телекоммуникационные каналы, электронная сеть, спутниковая связь. Информация может передаваться также по телеграфу, почтой, телефону, курьерской связью. По своей форме продукция может быть в печатном или электронном виде. И, наконец, по стилю и направленности: это сообщения, ориентированные на конкретные группы потребителей (региональные, общенациональные СМИ, органы власти, коммерческие организации и т.д).

 Что же представляют собой новости, которые производят информационные агентства? Начнем с того, что из всего потока поступающей информации создается текущая хроника событий, которая и является продуктом агентства. У каждого агентства, конечно, есть свои определенные требования, связанные с подачей информации, но все же можно выделить некоторые общие черты. Сообщение строится по принципу жесткой новости, где важно ответить на главные вопросы: Что? Когда? Где? Кто принимал участие? И детали: Почему? Какие последствия? Однако эти детали могут вовсе отсутствовать в сообщении Именно это правило построения новости является, так скажем, основой и по сей день. Но «не всегда суть произошедшего лежала в основе новостного сообщения. В практике мировых агентств сложился совершенно особый и принципиально отличный от указанного стиль новостных сообщений, который быстро получил повсеместное распространение» [26]. Итак, начинается сообщение со слаглайна. Слаг – это комбинация из нескольких слов или цифр, появляющаяся первой строчкой любого сообщения, помещенного на ленту, является идентификатором новости. После слаглайна следует заголовок или по-другому хедлайн, где очень коротко сообщается то, о чем пойдет речь в сообщении. Далее еще одним важным элементом новости будет дейтлайн. Здесь идет речь о том, где и когда произошло, происходит или будет происходить то или иное событие. Самой главной частью новости, ее ядром является лид ( как правило, объем 5-7 строк).Здесь содержится суть произошедшего и, конечно же, ссылка на первоначальный источник сообщения. В лиде помещены некоторые подробности о событии от самого важного к менее важному. И завершением новости является бэкграунд. Он предназначен для сообщения исторической или статистической информации, которая позволит читателю оценить происшедшее, сравнив его с другими событиями. Говоря об оперативности подачи информации нужно отметить, что новость может подаваться на ленты информационных агентств в незаконченном виде. Впоследствии, когда о событии узнаются все новые и новые подробности, следует уже, так скажем, расширенная версия сообщения.

 Все информационные агентства выполняют одну и ту же функцию, имеют схожую между собой структуру. Существуют мировые, национальные, региональные, а также специализированные и сетевые информационные агентства. Это так называемый масштаб распространения информации. Различия между ними заключается не в количестве корреспондентов или офисов в других странах, а в масштабе территории, на которой данное агентство распространяет новости.

 Начнем с характеристики мировых агентств. Прежде всего, основополагающими чертами мировых агентств являются глобальный характер деятельности, оперативность сбора информации, ее обработки и, конечно же, распространения. Далее, мировые службы новостей имеют огромную сеть корреспондентов и представительств, обладают значительными финансовыми возможностями, что позволяет им быть конкурентоспособными. «Иногда мировыми агентствами называют те агентства, которые владеют собственными спутниками связи и антеннами по всему миру, что дает им возможность собирать и распространять новости в мировом масштабе» [26].

 Стоит отметить то, что мировые информационные агентства определяют основополагающие направления развития всего информационного рынка. Между мировыми службами новостей прослеживается разделение рынка по типу потребителя информационного продукта. Например, такие агентства, как «Франс Пресс», «Ассошиэйтед Пресс», ИТАР-ТАСС специализируются на создании продуктов для других медиа. В свою очередь, для «Блумберг», «Рейтер», «Интерфакс» подписчиками являются различные финансово-экономические структуры. Безусловно, это разделение повлияло на характер их деятельности. Что касается национальных информационных агентств, то специфика работы их схожа с мировыми агентствами, главное логичное различие между которыми заключается в масштабе распространения информационного продукта. Региональные информационные агентства, в свою очередь, специализируются на сборе, обработке и распространении информации в пределах какого-либо региона и конкретно для этого региона.

На специализированных информационных агентствах хотелось бы остановиться более подробно. Специфику деятельности специализированных информационных служб можно рассмотреть конкретно на примере экономических агентств. Главными потребителями или, по-другому, подписчиками информационной продукции экономических агентств являются, например, банки, инвестиционные компании, брокерские службы. Такой специализации агентства являются непосредственными участниками в сфере рынка, то есть экономические ИА (информационные агентства) не только распространяют конечный готовый информационный продукт (следует заметить, что информационный продукт, в данном случае, не является «сырьем» или основой для последующего использования средствами массовой информации), но и занимаются разработкой в сфере информационных технологий. Например, терминалы крупных информационных агентств, которые расположены на биржевых площадках, стали очень важной частью инфраструктуры рынков. Такой подход к использованию информации «заставляет информационные агентства устанавливать прочные связи со своими клиентами». Самыми крупными и влиятельными экономическими агентствами являются: «РосБизнесКонсалтинг» (РБК), «AK&M», «Финмаркет», «Прайм-ТАСС», «Ореанда» и многие другие.

Относительно сетевых информационных агентств, необходимы некоторые уточнения. Сетевые агентства появились наряду с интернет-СМИ, отличались от традиционных тем, что их информационная продукция распространялась исключительно в сети интернет, не имея при этом печатных аналогов. Сетевые агентства имели свои особенности и преимущества перед «бумажной» продукцией, но вскоре из-за стремительно набирающих популярности компьютерных сетей и информационных технологий, печатные издания начали работать в таких же условиях и распространять свою информационную продукцию не только в «бумажном» виде, но и в электронном, в режиме реального времени. Теперь различия между сетевыми агентствами и остальными не так принципиальны, как это было раньше.

 2. Информационное агентство РИА новости: этапы развития и современное состояние

2.1 Формирование и развитие медиахолдинга РИА новости

 История Российского агентства международной информации «РИА новости» начинается с 1941 года, то есть с создания Совинформбюро (Советского информационного бюро) на основании постановления Совета Народных комиссаров СССР и ЦК ВКП (б). В задачи Совинформбюро входило создание сводок для газет, радио, журналов о ситуации на фронтах, работе тыла, о партизанском движении во время Великой Отечественной войны (1941-1945). В 1944 году в составе Совинформбюро было создан специальный отдел по пропаганде на зарубежные страны. Через печатные издания и радио в 23 странах мира, советские посольства за рубежом, общества дружбы, профсоюзные, женские, молодёжные и научные организации Совинформбюро знакомило читателей и слушателей с борьбой советской армии и народа против фашизма, а в послевоенное время — с основными направлениями внутренней и внешней политики Советского Союза. «Программы Совинформбюро "В последний час", "Сводки Совинформбюро", "Письма с фронта и на фронт" и др. слушала вся страна.

 Оперативные сводки СИБ выпускались ежедневно с 25 июня 1941 г. по 15 мая 1945 г. Всего за годы войны прозвучало более двух тысяч фронтовых сводок» [27]. Новости обычно зачитывались Юрием Левитаном, голос которого в годы войны был отображением самых важных информационных сообщений.

 В 1961 году Совинформбюро было преобразовано в Агентство печати «Новости» (АПН), в дальнейшем ставшее ведущим информационным и публицистическим органом советских общественных организаций. Главная задача АПН заключалась в формировании положительного образа страны, а также советского человека и советского образа жизни. 3 апреля 1961 г. был принят устав агентства, в соответствии с которым, АПН имело своей целью распространять достоверную информацию о СССР, знакомить советский народ с жизнью людей в зарубежных странах. Стоит отметить, что представительства Агентства печати «Новости» находилось в более чем 120 странах, при этом издавая 60 печатных изданий на 45 языках мира с огромным тиражом в 4,3 миллиона экземпляров. При АПН в 1989 году был создан телецентр, который в дальнейшем преобразовался в телевизионную компанию «ТВ – Новости».

 В июле в 1990 году по указу президента СССР Михаила Горбачева на базе Агентства печати «Новости» было» (ИАН). Задачи ИАН были такие же, как и при АПН, это подготовка и распространение материалов через печать, радио и телевидение в СССР и за рубежом, с целью изучения общественного мнения, связанного с вопросами о внешней политике СССР в стране и за ее пределами. Как указано на сайте МИА Россия сегодня, «в ИАН был создан компьютерный банк данных, содержавший первоначально более 250 тысяч единиц документов». Важно также отметить, что представительства Информационного агентства «Новости» находились в 120 странах мира, при этом выпуская 13 газет и журналов с иллюстрациями.

 Вскоре, в 1991 году Информационное агентство «Новости» было преобразовано в Российское информационное агентство «Новости», которое в дальнейшем по указу президента РФ от 15 сентября 1993 года становится государственным информационно-аналитическим агентством. РИА «Новости» ежедневно распространяло актуальную, достоверную информацию из сфер экономики, науки, политики, культуры, финансов на русском языке, арабском и на некоторых основных европейских языках. Подписчиками продукции агентства являлись Администрация президента и Правительство РФ, а также другие федеральные ведомства, региональные органы власти, представители различных общественных структур.

 На основе РИА «Новости» в 1996 году появляется радиоканал «РИА – Радио», а в 1997 году при учредительстве ВГТРК телеканал «Культура». Агентство насчитывало 80 бюро за рубежом и корреспондентских пунктов, около 1,5 тысячи подписчиков в странах СНГ, и, примерно, 100 в странах зарубежья.

В 1998 году по указу президента РФ создается медиахолдинг ВГТРК, куда входило агентство РИА «Новости», но только уже под другим названием – РИА «Вести», при этом сохранив в информационной среде свое прежнее всем известное название. Вскоре, в 2001 году агентство раскрыло новостную информацию на своем интернет-портале, который, в свою очередь, был на первом месте в России по размерам аудитории по сравнению с другими новостными сайтами. С 2003 года РИА «Вести» уже не в составе ВГТРК, и по указу правительства под руководством Министерства печати. В 2004 году Федеральное государственное предприятие РИА «Вести» переименовывается в Федеральное государственное унитарное предприятие Российское агентство международной информации РИА «Новости».

 Одним из основных направлений развития агентства являлось трансформация РИА «Новости» в медиахолдинг. Это было объединение между собой взаимодействующих мультимедийных средств массовой информации, куда входили: издательский дом «Московские новости» (с 2008 года), мультимедийное Российское агентство международной информации, Российское агентство правовой и судебной информации (с 2009 года), в 2011 РИА приобрело агентство экономической информации ПРАЙМ и создало агентство социальных исследований «Социальный навигатор». Далее, в 2012 году появляется агентство спортивной информации Р-Спорт, рейтинговое агентство «РИА Рейтинг», российское информационное агентство науки и технологий «РИА Наука», сеть мультимедийных пресс-центров в России и за пределами страны. В интернете холдинг был представлен 40 информационными ресурсами на 22 языках.

 РИА «Новости» работало в таких мультимедийных форматах, как аудио, видео, фото, текст, 3D изображения, инфографика, и других. Агентство распространяло информацию непосредственно через интернет-ресурсы, печатные издания, инфоэкраны, социальные сети, приложения на мобильных телефонах.

Важно отметить тот факт, что в 2011 году РИА «Новости приобрело от Международного олимпийского комитета статус «специального уполномоченного информационного агентства Олимпиады (национальное хост-агентство и национальный фотопул) группе «РИА Новости», в состав которой входит агентство спортивных новостей «Р-Спорт»; в марте 2013 года РИА Новости был присвоен статус национального хост-агентства Паралимпийских игр в Сочи». Главной задачей фотопула было ведение фотоотчета выступлений спортсменов страны-организатора. Для оперативного распространения этих фотографий в различные СМИ, РИА «Новости» внедрило систему доставки фотоконтента «Блиц», фотороботов, «Олимпийского фотобанка», а также создало приложения для мобильных телефонов «Зимние игры 2014» и «Второй экран». К слову, более 76 тысяч фотографий, сделанных агентством РИА на Зимней Олимпиаде в Сочи, было использовано в средствах массовой информации. Еще одной заслугой РИА «Новости» перед Международным олимпийским комитетом является то, что агентством был сформирован Медиацентр для неаккредитованных журналистов в Сочи. Он давал возможность представителям российских и зарубежных СМИ получить доступ к новостным трансляциям основного медиацентра Олимпиады, посетить пресс-конференции с российскими спортсменами.

До своей реорганизации агентство РИА «Новости» считалось одним из крупнейших медиахолдингов в России.

 2.2 Специфика трансформации медиахолдинга РИА «Новости» в международный мультимедийный пресс-центр МИА «Россия сегодня»

 В декабре 2013 года президент РФ Владимир Путин подписал постановление «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации». В соответствии с этим документом агентство РИА «Новости» ликвидировано и лишено прав учредителя. Теперь имущественные права переходят к Международному информационному агентству «Россия сегодня», которое возглавил ведущий телеканала «Россия 1» Дмитрий Киселев. Согласно этому же указу все имущество Российской государственной радиовещательной компании «[Голос России](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D1%81_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)» переходит под руководство МИА «Россия сегодня». Также Владимир Путин дал поручение кабмину в течение месяца провести все нужные мероприятия, которые необходимы для создания нового агентства, и разобраться с вопросом о включении МИА «Россия сегодня» в список стратегических предприятий страны.

 Касаясь направления деятельности агентства, следует дословно привести цитату из указа президента: «Основным направлением деятельности федерального государственного унитарного предприятия «Международное информационное агентство «Россия сегодня» является освещение за рубежом государственной политики Российской Федерации и общественной жизни в Российской Федерации». Вот как прокомментировал создание МИА «Россия сегодня» глава администрации Кремля Сергей Иванов. Поясняя цель преобразования, заявил, что создание МИА «Россия сегодня» направлено на решение двух задач — рациональное использование бюджетных средств и повышение эффективности государственных [СМИ](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%9C%D0%98). Как отметил Сергей Иванов в общении с журналистами, «Россия проводит самостоятельную политику, твёрдо защищает национальные интересы; объяснять это миру непросто, но делать это можно и нужно» [2]. А вот что, в свою очередь, отметил лидер ЛДПР Владимир Жириновский: «Может быть, это реорганизация. Закрытие, чтобы реорганизовать и создать, может быть, более мощные идеологические центры, центры пропаганды» [8]. Гендиректор МИА «Россия сегодня» Дмитрий Киселев в эфире телеканала «Россия 24» также прокомментировал создание агентства и обозначил цели новой структуры – это восстановление справедливого отношения к России.

Ликвидация РИА «Новости» и создание МИА «Россия сегодня» вызвало бурное обсуждение в средствах массовой информации. Стоит отметить, что эта новость стала самым обсуждаемым медиасобытием года в российских СМИ. Так, комментируя указ, журналисты отмечали, что на фоне сокращения государственных инвестиций в «РИА Новости» в последние годы, другие государственные информационные активы — [ИТАР-ТАСС](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%A2%D0%90%D0%A0-%D0%A2%D0%90%D0%A1%D0%A1), федеральные телеканалы такие, как [Первый канал](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB), [ВГТРК](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%93%D0%A2%D0%A0%D0%9A), [НТВ](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%A2%D0%92), [Russia Today](https://ru.wikipedia.org/wiki/Russia_Today), никакого снижения государственной поддержки не ощутили. Затрагивалась также тема эффективности работы РИА «Новости». Радио «Свобода» дало следующий комментарий: «…из всех информагентств «большой тройки» РИА «Новости» выглядело самым современным, или, по крайней мере, пытающимся быть таковым. В то время как [ИТАР-ТАСС](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%A2%D0%90%D0%A0-%D0%A2%D0%90%D0%A1%D0%A1) продолжал радовать подписчиков появляющимися на ленте зарисовками «из жизни загнивающего Запада» в стиле 70-х годов, а «[Интерфакс](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%81)» оставался лишь поставщиком оперативных новостей для других СМИ без каких-либо попыток стать таковым самому, в РИА «Новости» активно развивался отдел современных медиатехнологий и инфографики» [9].

На период ликвидации РИА «Новостей», который занял несколько месяцев, главным редактором был назначен заместитель главного редактора RT Ираклий Гачечиладзе, генеральным директором - финансовый директор РИА Новости Галина Кожина. В декабре 2013 года Дмитрий Киселев назначил главного редактора RT Маргариту Симоньян на пост главного редактора МИА «Россия сегодня».

В марте 2014 года Ираклий Гачечиладзе сообщил о завершении ликвидационного периода РИА «Новости». Он отметил, что агентство готово к преобразованию в МИА «Россия сегодня», работа над штатным расписанием уже близка к завершению и идет перевод людей. Как ранее отметило интернет-издание Slon.ru в своем материале от 5 марта 2014 года «Картина достаточно грусная. Как ликвидируют РИА «Новости», из 150 корреспондентов РИА в регионах всего 20 будут работать в МИА «Россия сегодня», а из 69 региональных пунктов останутся лишь 19.

В марте 2014 года агентство «Интерфакс» опубликовало новость о том, что, по словам главного редактора МИА «Россия сегодня» Маргариты Симоньян, в результате реорганизации РИА «Новости» агентство «Прайм», входившее ранее в медиахолдинг РИА, перейдет в ИТАР-ТАСС, а РАПСИ станет независимой структурой.

2.3 МИА «Россия сегодня»: основные направления, тематика, проекты

МИА «Россия сегодня» является универсальным информационным агентством, основной задачей которого является оперативное, объективное освещение событий в мире, информирование аудитории о различных взглядах на главные события. На данный момент объединяет новостные ленты на русском, арабском, английском, испанском и китайском языках, создание и распространение фотоконтента и инфографики, информационные порталы на многих языках, радиовещание, производство мобильных приложений, информационных продуктов в социальных сетях, а также мультимедийные международные пресс-центры.

В России агентство представлено такими русскоязычными источниками, как информационное агентство РИА «Новости», агентство экономической информации «Прайм», агентство спортивных новостей «Р-спорт», новостной портал о недвижимости РИА «Недвижимость», рейтинговое агентство РИА «Рейтинг» и сайт переводных материалов зарубежных средств массовой информации «ИноСМИ». В зарубежных странах МИА «Россия сегодня» считается самым крупным российским поставщиком информационного продукта для аудитории зарубежных стран. За пределами России агентство представлено международным новостным агентством и радио «Sputnik», о котором далее пойдет речь.

Важно отметить тот факт, что МИА «Россия сегодня» является лидером по цитируемости среди российских средств массовой информации, а цитируемость за пределами страны набирает обороты. Агентство также в лидерах по цитируемости в российских социальных сетях и в сфере блогинга.

Теперь обратимся к характеристике проектов агентства МИА «Россия сегодня». Один из них это новостное агентство и радио «Sputnik». Начнем с того, что новостное агентство включает в себя вебсайты, приложения для мобильных телефонов, цифровое и аналоговое радиовещание, пресс-центры, страницы в таких социальных сетях, как Facebook, Twitter, Instagram, Youtube и других. Новостные ленты обновляются ежедневно и представлены на более чем 30 языках, включая английский, китайский, португальском, испанском и других. Помимо новостного материала, «Sputnik» предоставляет своей аудитории видео, фоторепортажи, инфографику, прямые трансляции, интернет-опросы. А кроме оперативных новостей, заметок агентство также выпускает аналитические материалы и интервью. Что касается радио «Sputnik», то оно является преемником радио «Голос России». Вещание происходит в более чем 80 городах мира, а также в интернете и через мобильные приложения.

Бренд РИА «Новости», также принадлежащий медиагруппе МИА «Россия сегодня», направлен на русскоязычную аудиторию. Вещание происходит через сайт ria.ru, одного из самых крупных новостных порталов рунета и по вовлеченности подписчиков, через мобильные приложения, и социальные сети. Также бренд представлен информационными лентами для редакций СМИ. Рубрикатор включает в себя такие разделы, как политика, общество, экономика, мировые новости, происшествия, спорт, наука, культура и религия. Главной задачей новостного сайта является емко и объективно передать суть событий, происходящих в России и в мире, при этом используя различные форматы вещания: фотографии, видео, онлайн-трансляции, комментарии, рейтинги, инфографика.

Другим проектом МИА «Россия сегодня» является интернет-проект «ИноСМИ», который специализируется на переводе на русский язык наиболее ярких и интересных публикаций зарубежных средств массовой информации. Переводу подвергаются не только материалы, связанные непосредственно с Россией. Как отмечено на сайте inosmi.ru, каждый день просматриваются более 600 иностранных изданий, а всего в базе новостного портала находится более 2800 изданий. Также на страницах сайта можно найти фотоотчеты, обзоры национальных печатных изданий и авторские колонки. Кроме того, ИноСМИ публикует статьи и в социальных сетях Facebook, Twitter и ВКонтакте. Нужно отметить, что данный проект является лидером по аудитории среди отраслевых СМИ.

Далее, агентство спортивных новостей «Р-спорт», также входящее в медиахолдинг МИА «Россия сегодня». Агентство специализируется на освещении самых важных спортивных событий в мире хоккея, футбола, баскетбола, тенниса и многих других видов спорта. «Р-спорт» презентует себя как источник оперативной и эксклюзивной спортивной информации с регионов России и со всего мира. Кроме того, присутствует и мультимедийный контент: инфографика, фотографии, а также интервью и комментарии экспертов, статистика игр, рейтинги. Помимо самого новостного портала rsport.ru, существуют еще дополнительные сервисы для читателей сайта: [статистическая информация](http://rsport.ru/stat/index.html) по видам спорта, клубам, сборным и спортсменам, матч-центр, текстовые трансляции спортивных мероприятий, сервис под названием «Я слежу», который позволяет читателю настроить новостную ленту в зависимости от своих предпочтений, блоги специалистов и спортсменов, специальные проекты, конкурсы, розыгрыши. Материал также дублируется в социальных сетях.

Агентство «Прайм» - ведущее российское агентство экономической информации, также входит в структуру МИА «Россия сегодня». Деятельность агентства заключается в сборе, обработке и распространении финансово-экономического контента в онлайн режиме. «Прайм» предоставляет информацию, прежде всего, для основных крупнейших деловых СМИ, агрегаторов. Как указано на новостном портале «Прайм», агентство занимается выпуском оперативной новостной ленты, тематических бюллетеней, аналитических материалов для финансовых институтов и корпораций. Также «Прайм» ведет разработки в сфере информационных технологий. Помимо этого, агентство занимается выпуском собственных периодических изданий на русском и английском языке. Получение новостного материала происходит не только через официальный новостной портал, но и через приложения для мобильных телефонов, электронную почту, информационный терминал, а также через корпоративные информационные системы. Важно отметить то, что «Прайм» является издателем и распространителем официальных бюллетеней Банка России. На данный момент агентство, интернет-аудитория которого насчитывает порядка 10 миллионов посетителей в год, считается одним из лидирующих и наиболее цитируемых среди финансовых СМИ и пользуется репутацией достоверного источника информации.

РИА «Недвижимость» - информационно-аналитический проект, касающийся тем рынка недвижимости, строительства, градостроительства, архитектуры России и зарубежных стран. РИА «Недвижимость» является лидером среди тематических интернет-порталов 2015, а также участником ТОП-3 по цитируемости в отраслевых СМИ.

Еще одним проектом, входящим в медиагруппу МИА «Россия сегодня» является универсальное рейтинговое агентство РИА «Рейтинг», деятельность которого связана с оценкой социально-экономического положения регионов России, экономического состояния компаний, банков, стран. Основная цель в работе агентства – это создание рейтингов регионов России, банков, муниципальных образований, предприятий, страховых компаний, ценных бумаг, а также других различных экономических объектов по определенным критериям. Главными задачами агентства РИА «Рейтинг» являются формирование прозрачной экономической среды в том или ином экономическом объекте, создание универсального аналитического источника, который будет объективно подходить к освещению тенденций развития экономики и формировать при этом объективный взгляд, а также улучшение условий для привлечения инвестиций в экономику России. Исследования агентства РИА «Рейтинг» масштабно цитируются центральными и региональными средствами массовой информации. Кроме того, агентство получило известность на государственном уровне, а также среди экспертного сообщества.

Проект «Социальный навигатор» также принадлежит МИА «Россия сегодня». Проект является информационно-просветительским, его цель заключается в освещении широкого круга общественно-важных проблем таких, как образование, медицина, благотворительность, паллиативная помощь, волонтерское движение и многие другие проблемы. Данный проект является лауреатом нескольких престижных премий: «Премии рунета», «СоУчастие», а также Национальной программы «Лучшие социальные проекты России».

 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данном исследовании были рассмотрены история возникновения и развития, а также особенности работы и специфика функционирования информационных агентств. Удалось проследить то, как менялось место информагентств в мире. То, для чего они создавались с самого начала и то, какие функции и цели они несут за собой на сегодняшний момент, имеет некоторые различия. Также на примере РИА «Новости» удалось провести анализ деятельности агентства, начиная с его создания и до настоящего момента.

Говоря в общем об информационных агентствах, как разновидности средств массовой информации, можно сделать вывод о том, что именно они являются главным поставщиком новостей и считаются наиболее оперативным и достоверным источником информации. На современном этапе развития информационных агентств существует огромное количество. Каждое из них специализируется на предоставлении информации, доступной только для них, тем самым обеспечивая конкурентоспособность, что влияет на основные направления развития и их деятельности. Если сравнивать информационную продукцию, выпускаемую агентствами, то можно заметить некоторые сходства в содержательном плане, но различна сама форма подачи, полнота, оперативность, способ передачи информации и так далее. Борясь за лидерство в информационном пространстве, агентства постоянно увеличивают географические рамки работы, выходят на новые сегменты рынка. Агентства своевременно реагируют на какие-либо изменения, выпуская множество новых проектов. Важно отметить, что в настоящее время, благодаря развитию новых технологий, наблюдается тенденция более стремительного роста в сфере информации, а также объединения информационных агентств в крупные корпорации и медиахолдинги с целью большего завоевания аудитории на информационном рынке.

Также мы проследили историю развития и современное состояние информационного агентства РИА «Новости» (ныне МИА «Россия сегодня»), обратились к характеру деятельности, к тематической направленности работы, а также изучили проекты, входящие в состав данного медиахолдинга. Следует сказать, что сегодня к числу крупнейших в мире информационных агентств относится и РИА «Новости». В сфере российских СМИ оно лидирует  по использованию новейших информационных и коммуникационных технологий. Сегодня сайты, имеющие отношение к этому агентству являются самыми популярными новостными ресурсами в сети. Несмотря на многочисленные трансформации, как в названии, так и в направлении деятельности, МИА «Россия сегодня» сохраняет свой статус государственного агентства, при этом приобретая новые черты, связанные с многочисленными изменениями в обществе, внедрением новых информационных технологий. Основываясь на проведенном исследовании, можно сделать вывод о том, что рассматриваемое в курсовой работе агентство на данный момент является крупнейшим российским производителем информационных продуктов, которые ориентированы на международную аудиторию, деловое сообщество, государственные структуры и самый широкий круг пользователей.

 СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агентство «Прайм-ТАСС» объединят с РИА «Новости» // Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2011/06/06/prime> (дата обращения: 24.04.2017)

2. Баданин Роман Зачем на агентство «Россия сегодня» // Forbes [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/vertikal/248408-zachem-nam-agentstvo-rossiya-segodnya> (дата обращения: 15.04.2017)

 3. Иванов: «Россия сегодня» расскажет миру о национальных интересах России //Газета.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru> (дата обращения: 17.04.2017)

3а. Вартанова Е.Л., Вирен Г.В., Фролова Т.И. Типология информационных агентств.- Вестник Московского университета, серия 10. Журналистика 2013, № 3.- с 6 -30.

 4. Заместитель Симоньян возглавит РИА «Новости» на время ликвидации // Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2013/12/16/ria/> (дата обращения: 21.04.2017)

 5. Корконосенко С. Г. Журналистика.- Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект-Пресс, 2009. -318 с.

6. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. - М.: Академический проспект, 2005.- 400 с.

7. Ким М.Н. Новостная журналистика: базовый курс. Учебник. – Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 349 с.

8. Кремль объявил о ликвидации одного из крупнейших и старейших средств массовой информации // Эхо Москвы [Электронный ресурс]. URL:<http://echo.msk.ru/news/1214427-echo.html> (дата обращения: 10.04.2017)

9. Киселев рассказал о миссии нового государственного СМИ // Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2013/12/09/kisselyov/> (дата обращения: 19.04.2017)

10. Картина достаточно грустная. Как ликвидируют РИА «Новости» // Slon.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://republic.ru/fast/russia/kartina-dostatochno-grustnaya-kak-likvidiruyut-ria-novosti-1067002.xhtml> (дата обращения: 19.04.2017)

11. Крутов Марк Дмитрий Киселев вместо РИА «Новости» // Радио Свобода [Электронный ресурс]. URL: <http://www.svoboda.org/a/25194405.html> (дата обращения: 12.04.2017)

12.Лащук О. Р. Редактирование Информационных Сообщений.Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / О. Р. Лащук.- М.: Аспект Пресс, 2004 г. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm> (дата обращения: 19.04.2017)

13. Ликвидация РИА «Новости» стала медиасобытием года // Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2013/12/20/final/> (дата обращения: 20.04.2017)

14. Международное агентство «Россия сегодня» создается на базе РИА «Новости» // РИА «Новости» [Электронный ресурс].URL:<https://ria.ru/news_company/20131209/982905485.html> (дата обращения 12.04.2017)

15. Маргарита Симоньян стала главным редактором «России сегодня» // Интерфакс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/russia/349920> (дата обращения: 06.04.2017)

16. Официальная справка о группе РИА «Новости» [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/docs/about/index.html> (дата обращения: 12.04.2017)

17. Официальный сайт МИА «Россия сегодня» [Электронный ресурс]. URL: <http://xn--c1acbl2abdlkab1og.xn--p1ai/executive_team/> (дата обращения: 21.04.2017)

18. Официальный сайт «Sputnik» [Электронный ресурс]. URL: <https://sputniknews.com/> (дата обращения: 20.04.2017)

19. Официальный сайт «ПРАЙМ» [Электронный ресурс]. URL: <http://1prime.ru/> (дата обращения: 20.04.2017)

20. Официальный сайт РИА «Недвижимость» [Электронный ресурс]. URL: <https://riarealty.ru/> (дата обращения: 19.04.2017)

21. Официальный сайт «Р-СПОРТ» [Электронный ресурс].URL: <http://rsport.ru/> (дата обращения: 21.04.2017)

22. Официальный сайт «ИноСМИ.ру» [Электронный ресурс]. URL: <http://inosmi.ru/> (дата обращения: 22.04.2017)

23. Официальный сайт РИА «Рейтинг» [Электронный ресурс]. URL: <http://riarating.ru/> (дата обращения: 23.04.2017)

24. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны.- М.:Поколение, 2012. - 127с.

25. Погорелый Ю.А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений под ред. Вороненковой Г.Ф.[Электронный ресурс] / Ю.А. Погорелый.- М.:2000. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm> (дата обращения: 02.04.2017)

26. ПРАЙМ перейдет в ИТАР-ТАСС, РАПСИ станет самостоятельной структурой // Интерфакс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/russia/366373> (дата обращения: 08.04.2017)

27. Рейтинговое агентство РИА «Рейтинг» образовано медиахолдингом РИА «Новости» // РИА «Рейтинг» [Электронный ресурс]. URL: <http://riarating.ru/docs/about/about.html> (дата обращения: 09.04.2017)

28. РИА «Новости» приобрело «ПРАЙМ-ТАСС» // Коммерсант.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1602501> (дата обращения: 08.04.2017)

29. РИА «Новости» превращаются в «Россию сегодня», чтобы «восстановить справедливое отношение к стране» // Lenta.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2013/12/09/ria/> (дата обращения: 18.04.2017)

30. Средства массовой информации России / Под ред. Засурского Я.Н. – М.: Аспект-Пресс, 2005. - 382 с.

31. Советское информационное бюро (Совинформбюро). Справка // РИА «Новости» [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/spravka/20110624/391643564.html> (дата обращения: 02.04.2017)

32. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. – СПб: Издательство Михайлова В.А., 2006. - 384 с.