

Аннотация к рабочей программе дисциплины Б1.В.ДВ.5.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Информационные агентства» является: ознакомить магистрантов со спецификой деятельности информационных агентств.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (ОПОП)

Дисциплина (код) Б1.В.ДВ.5.2 «Информационные агентства» относится к дисциплинам по выбору Блока 1 Дисциплин и читается в 1 семестре 2 курса.

Для освоения дисциплины «Информационные агентства» магистранты используют знания, умения, навыки, сформированные на предыдущем уровне образования в магистратуре. Освоение данной дисциплины является необходимой основой для прохождения практики в СМИ, подготовки к итоговой государственной аттестации.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации (ОПК-3);
- готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (ПК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать:** основы менеджмента в СМИ
- **Уметь:** квалифицированное выполнение обязанностей, входящих в компетенцию специалиста соответствующего профиля; сотрудничество с

соответствующими специализированными организациями и службами по поводу участия в регулярно проводимых ими исследованиях или заказа для редакции целенаправленных, эксклюзивных проектов.

- **Владеть:** навыками осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Система информационных агентств и современное информационное поле России	<p>Информационные агентства (ИА) – специализированные предприятия по выработке информации. Потребители информации ИА. Информационные продукты ИА, их классификация по различным признакам. Отличие агентских сообщений от газетно-журнальных. Жанровые различия; особенности построения новостной информации. Основные жанры ИА. Построение новости. Развитие средств связи и способы развития доставки информации потребителю. Расширение информационных услуг.</p> <p>Развитие электронных средств связи и изменения в процессе подготовки и передачи информации.</p> <p>Деятельность мировых информационных агентств на территории России. Основные характеристики мировых ИА: глобальный масштаб деятельности; современные темпы сбора, обработки и передачи информации; постоянные обновления техники сбора и передачи информации; широкая сеть корреспондентов по всем континентам; огромные финансовые возможности.</p> <p>По ряду признаков информационной деятельности информационные агентства России можно разделить на следующие группы: национальные; специализированные; региональные; сетевые.</p>

<p>2.</p>	<p>Исторические условия возникновения информационных агентств в России</p>	<p>Роль информационного объема на европейском экономическом рынке в начале XX века. Положение в экономике России и неадекватные оценки его в общественном мнении европейского предпринимательства. Необходимость собственного информирования рынков Европы об экономических возможностях России.</p> <p>1904 год – рождение Российского телеграфного агентства (РТА) Российской империи. Задачи РТА в дореволюционное время.</p> <p>Переезд РТА в Москву и создание на его основе Российского телеграфного агентства (РОСТА). Задачи агентства в условиях новой России и нового мирового порядка после Великой Октябрьской социалистической революции.</p> <p>Установление государственной монополии на информационную политику РОСТА и средств массовой информации. ТАСС – преемник РОСТА.</p> <p>Вторая мировая война. Задачи ТАСС в военных условиях. Создание Советского информационного бюро (Совинформбюро) и его деятельность в военный период.</p> <p>Информационная изоляция СССР в период «холодной» войны и противостояния двух мировых систем. Объективная необходимость информирования мировой общественности о событиях в стране и за рубежом.</p> <p>1961 год – создание общественного информационного агентства печати «Новости». АПН – преемник Совинформбюро. Особенности положения АПН: наличие учредителей (творческие союзы страны). Устав агентства. Основной принцип деятельности. Задачи нового агентства.</p> <p>Специфика журналистской работы на зарубежную аудиторию. Страноведение как основа изучения зарубежной аудитории и зарубежной журналистики. Создание широкой зарубежной корсети. Творческая и организационная работа журналистов АПН за рубежом. Формирование и поворот мирового</p>
-----------	--	--

общественного мнения в пользу СССР и стран социалистического содружества.

Преобразование АПН в Российское информационное агентство «Новости» (РИА «Новости»). Преемственность лучших традиций отечественной журналистики. Новый спектр услуг на иностранных языках.

Последнее десятилетие XX века. Прорыв в информационной монополии государства как результат провозглашения и осуществления свободы слова и гласности. Возникновение разных форм собственности СМИ. Создание негосударственных изданий, радиостудий и телеканалов. Появление новых информационных агентств как альтернативны официальному ТАСС. Принцип работы новых агентств и способы завоевания рынка внутри страны и за рубежом. Экономические условия выживания.

«Интерфакс» – негосударственное информационное агентство. История создания. Отношения и конфликт с организатором – Гостелерадио. Переход на самостоятельную основу. Главный принцип работы. Поиски своего пути. Изучение и освещение недостаточно «открытых» сфер жизни в стране. Выработка своего стиля, ориентированного на зарубежного подписчика. Оперативность – главный принцип работы. Использование высокоскоростной техники связи. Подача материалов на английском языке. Создание корреспондентской сети внутри страны и за рубежом. Завоевание авторитета на мировом информационном рынке.

Направления информационной деятельности:

- общеполитические новости (без отчетов об официальных пресс-конференциях и т. п.);
- деловая и экономическая информация;
- дополнительная аналитическая информация (финансовая, специализированная о

		<p>российском рынке, банках, компаниях и т. п.).</p> <p>Современный круг подписчиков. Связи с зарубежными агентствами путем обмена дополнительной информацией. Участие в международных торговых организациях через Интернет-рынок.</p> <p>Современные информационные продукты: оперативная информация; дипломатические новости; новости российской экономики; светская хроника; терра инкогнита; вестник экономики; вестник военной информации; справочники; информационно-справочный сервис; коммерческие и PR-услуги; Интернет-новости.</p>
3.	ИТАР-ТАСС – современная фабрика информации	<p>ИТАР-ТАСС в современных условиях информационного рынка.</p> <p>Информационные потоки ИТАР-ТАСС: событийная оперативная информация, ее варианты; специализированная международная информация, ее варианты; познавательно-развлекательная информация; оперативная спортивная информация; аналитическая информация (бюллетени и выпуски).</p> <p>Новые информационные услуги агентства: бизнес-информация; справочные издания; электронный банк данных «ИНФОТОТАСС»; услуги в области рекламы и маркетинга; Интернет-услуги; фотослужба; учебный центр; организация презентаций и пресс-конференций.</p> <p>Выпуск агентством печатных изданий. ИТАР-ТАСС в Интернете. ИТАР-ТАСС и русскоязычные издания за рубежом.</p>