

Информационные агентства

**Виды информации и критерии классификации.
Особенности массовой информации.
Информационное общество и информатизация.
Последствия информатизации.
Глобализация информационных процессов.
Информационные противоборства и
информационно-психологическая войны**

Средства массовой коммуникации (СМК) — это специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории.

Современная система СМК
подразделяется на:

- *средства массовой информации (СМИ),*
- *средства массового воздействия,*
- *телекоммуникацию и*
- *информатику.*

Структура современной системы СМИ:

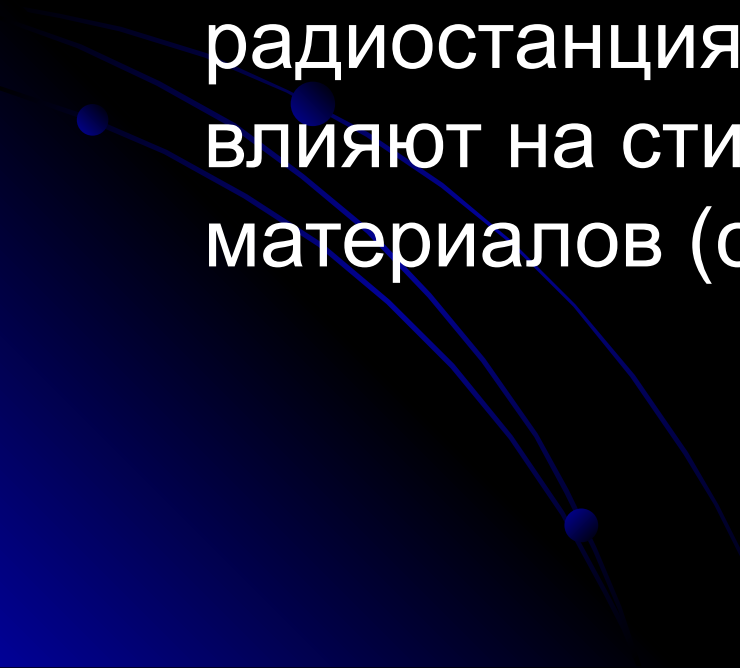
- пресса (газеты, журналы, дайджесты, еженедельники и др.);
- аудиовизуальные СМИ (радио, телевидение, документальные фильмы, телетексты и др.);
- информационные службы (телеграфные агентства, рекламные бюро, PR-агентства, профессиональные журналистские клубы и ассоциации).

Информационные агентства (ИА)

ИА - специализированное информационное предприятие (организация, служба, центр), обслуживающее СМИ.

- Основная функция ИА — снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частных лиц, являющихся подписчиками на его продукцию.
- Функционирование агентства ориентировано на сбор новостей.

"Телеграфный стиль" информационных заметок

- Правило трех "W": what, when и where (что, когда и где) – точность и лаконизм заметок.
 - Каждое агентство имеет собственный, неповторимый стиль написания новостей.
 - ИА поставляют газетам, журналам, теле- и радиостанциям исходную информацию и влияют на стиль создаваемых ими материалов (стиль «Интерфакс»)
- 

Новости как информационный продукт

- основная лента новостей,
- специализированные ленты,
- ежедневные блоки новостей, собираемые тематически,
- еженедельники, где новости обобщаются и снабжаются аналитическими материалами.

ИА создают базы данных, где каждый клиент может выбрать именно тот набор новостей, который его интересует.

- Организационная структура ИА постоянно трансформируется (создаются рабочие группы, которые занимаются новыми темами — например, группы, занимающиеся подготовкой новостей для всевозможных Интернет-проектов.

История создания ИА

- Основатель первого в мире информационного агентства Navas ("Гавас") Шарль-Луи Гавас.
- немецкое агентство новостей Бернарда Вольфа Wolff's Nachrichtenbureau, "телеграфный институт" Поля Юлиуса Рейтера.
- Американское агентство Associated Press.

Усовершенствование технологии передачи данных:

Сеть телеграфных линий-телетайпная сеть, основанная как на радиопередаче, так и на передаче информации по проводам — компьютерные технологии

Система жанров ИА

- Новость - это сообщение о каком-либо событии или явлении, имеющем значение для аудитории агентства, о котором было неизвестно раньше (события, изменение мнений важных людей, обновление статистических данных, дающее новый взгляд на ситуацию, сообщение об отмене какого-либо события, которое ожидалось).
- Две категории сообщений: те, что посвящены только что происшедшим событиям, и те, которые сообщают о чем-то регулярно случающемся (автомобильная катастрофа и еженедельная статистика автомобильных аварий в городе Москве)

Внутренняя структура новости

- Слаглайн {англ. – slugline) - это комбинация слов или цифр, появляющаяся первой строчкой любого сообщения, помещенного на ленту. Слаглайны предназначены для упрощения поиска новостей на лентах или в базе данных (Франция – Шарлиз – теракт).
- хедлайн (headline – англ.) - заголовок: "это строка сверху новости, которая говорит, о чем идет речь"
- Дейтлайн (dateline – англ.) – сообщение, когда и где произошло событие: Москва 15 сентября.
- Лид (lead) - первый абзац новости
- Бэкграунд (от англ. background) - сообщения исторической или статистической информации, которая позволит читателю оценить происшедшее, сравнив его с другими событиями.

Требования к хедлайну

- заголовок должен быть не длиннее 50–70 знаков. Просматривая ленту новостей агентства в компьютере, выбирают по слаглайну или хедлайну.
- Заголовок начинаются с существительного (запрещают начинать заголовки с предлогов и цифр).
- Допустимо называть источник информации: "Госдума внесет существенные поправки в бюджет. – Селезнев".
- Допустимы метафоры: "нефтяные гиганты" «Вашингтон».

Требования к лиду

- лид должен являться готовым сообщением, снабженным источником информации (принцип «ножницы»).
- «Жесткий» лид сообщает, что, где и когда произошло, а также, откуда это стало известно: *РАО ЕЭС разделят через два года*
- *Москва. 19 мая. ИНТЕРФАКС – Разделение РАО "ЕЭС России" на два общества будет осуществлено через 2–2,5 года, сообщил министр экономического развития и торговли РФ Герман Греф на пресс-конференции в субботу в Москве (Лента экономической информации "Интерфакс").*
- «Мягкий» лид идеален для написания заметок, анализирующих человеческое измерение политических или экономических явлений.
- Лид почти всегда заканчивается ссылкой на источник сообщения.

Виды бэкграундеров

- РАО "ЕЭС" является одной из крупнейших энергетических компаний в мире. Ее капитализация превышает \$3,2 млрд. РАО "ЕЭС" принадлежат 30 энергогенерирующих станций и более 100 тыс. км. линий электропередач. Котировки акций РАО "ЕЭС" в Российской торговой системе составляют \$0.113 – \$0,1133. - статистический
- Программа реструктуризации РАО "ЕЭС" разрабатывалась четырьмя рабочими группами с начала 2001 года. Вариант реструктуризации, разрабатываемый руководством РАО "ЕЭС" России, предполагает выделение генерирующих мощностей и постепенную их приватизацию. Вариант правительства предполагает создание на базе генерирующих мощностей единой компании. - исторический

