

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ

---

Кафедра международной журналистики

**П.Н. ГАЗДЮК**

**ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ  
РОССИЙСКОГО АГЕНТСТВА  
МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНФОРМАЦИИ  
«РИА НОВОСТИ»  
КАК ИНТЕРНЕТ-СМИ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Издательство  
«МГИМО-Университет»  
2012

ББК 76.0  
Г13

**Газдюк П.Н.**

Г13 Особенности работы Российского агентства международной информации «РИА Новости» как интернет-СМИ : учеб. пособие / П.Н. Газдюк ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. международной журналистики. — М. : МГИМО-Университет, 2012. — 56 с.

ISBN 978-5-9228-0866-8

В учебном пособии обобщается уникальный опыт работы Российского агентства международной информации «РИА Новости» в мультимедийном пространстве.

Автор пособия — редактор Объединенной редакции новостей «РИА Новости», выпускник факультета международной журналистики МГИМО(У) МИД России.

Для студентов факультета международной журналистики МГИМО(У).

ББК 76.0

**ISBN 978-5-9228-0866-8**

© Московский государственный институт  
международных отношений (университет)  
МИД России, 2012

# Оглавление

<b>Предисловие</b> .....	4
<b>Введение</b> .....	5
<b>ГЛАВА I</b>	
<b>«РИА Новости» как передовой представитель российских интернет-СМИ</b> .....	7
§ 1. История агентства: от традиционного информагентства до современного мультимедийного СМИ .....	7
§ 2. Взаимодействие с аудиторией с помощью социальных сетей и UGC-проектов .....	12
<b>ГЛАВА II</b>	
<b>Принципы работы Объединенной редакции новостей «РИА Новости»</b> .....	17
§ 1. Основные редакционные принципы «РИА Новости» ..	18
§ 2. Работа с источниками информации .....	20
§ 3. Требования к новостным сообщениям и их качество ..	24
§ 4. Виды сообщений новостного типа .....	25
§ 5. Основные элементы новостного сообщения .....	30
<b>ГЛАВА III</b>	
<b>Мультимедийные подходы в работе «РИА Новости»</b> ....	35
§ 1. «РИА Новости» как пример конвергентного СМИ .....	35
§ 2. Основа мультимедийного контента «РИА Новости»: аудио-, видео-, фотоматериалы .....	41
§ 3. Инфографика как метод подачи информации .....	48
<b>Заключение</b> .....	53
<b>Список использованных источников и литературы</b> ....	54

## Предисловие

Термин «мультимедиа» впервые был использован в середине 60-х годов прошлого столетия. Тогда он относился к театрализованным шоу, в которых использовались разные способы донесения информации: фото-, аудио-, видеофрагменты, световые эффекты и живая музыка. Таким образом, средства «мультимедиа» воздействовали одновременно на разные органы человеческих чувств, что способствовало эффективному усвоению получаемой информации.

В последние десятилетия с развитием современных технологий мультимедийные способы подачи информации стали востребованы в журналистике. Стремясь выполнить требования аудитории, мировые и российские СМИ сегодня все чаще используют новые форматы предоставления информации. Эти форматы объединяют в себе как традиционный статический (текст, графику), так и динамический контент (фотографии, аудиозаписи, видеосюжеты, графику, анимацию и т.п.). Такие информационные продукты востребованы сейчас и будут пользоваться популярностью у потребителя в будущем.

На примере деятельности агентства «РИА Новости», изучению которой посвящена данная работа, можно говорить о перспективах развития СМИ в целом. Так, автор данного исследования выделяет два главных направления развития агентства: первое — взаимодействие с аудиторией разными способами, в частности, с помощью социальных сетей и UGC-проекта «Ты — репортер»; второе — расширение линейки мультимедийных продуктов и укрепление за счет этого своих позиций на международном рынке СМИ.

*Декан факультета международной журналистики МГИМО(У)  
кандидат социологических наук, доцент  
Я.Л. СКВОРЦОВ*