**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ**

**ОРГАНИЗАЦИИ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Факультет | Документальных коммуникаций и туризма |
| 2. | Направление подготовки | 42.04.03 Издательское дело |
| 3. | Наименование дисциплины | Редакционно-издательская подготовка СМИ |
| 4. | Курс(ы) обучения | 1 курс, группа 701 М |
| 5. | ФИО преподавателя | Запекина Н. М. |
| 6. | Способ обратной связи с педагогом | электронная почта [fdk5@chgaki.ru](mailto:fdk5@chgaki.ru)  в теме сообщения указать: Запекиной Н. М. |
| 7 | Срок предоставления выполненного задания | Задание № 1. – 26.03.2020  Задание № 2 – 02.04.2020 |

**Инструкция для студентов по выполнению задания**

Все задания должны быть выполнены в полном объеме в соответствии с требованиями и в указанный срок (см. таблицу). В случае затруднения при выполнении задания Вы можете обратиться к преподавателю за консультацией, используя тот способ связи, который указан в таблице.

**Задание № 1.**

*Цель работы* – изучить специфику отечественного и мирового законодательства о СМИ.

*Задание и методика выполнения*

Для выполнения задания необходимо заполнить приведенную ниже таблицу.

Табл. 1

**Нормы законодательства о СМИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Источники**  **законодательства о СМИ** | Значение источника в законодательстве о СМИ (его действенность) | **Основные положения источника о видах информации**  (массовая, секретная, и пр.) | Основные положения источника о деятельности журналиста (права и обязанности) | Основные положения источника о получении и распространении информации |
| Закон РФ «О СМИ» |  |  |  |  |
| ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации» |  |  |  |  |
| Международный пакт о гражданских и политических правах |  |  |  |  |
| Всеобщая декларация прав человека |  |  |  |  |
| Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод |  |  |  |  |
| Конституция РФ |  |  |  |  |
| ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» |  |  |  |  |
| Указ Президента РФ «О мерах по укреплению дисциплины в системе государственной службы» |  |  |  |  |
| Доктрина информационной безопасности |  |  |  |  |

**Задание № 2.**

*Цель работы* – изучить систему печатных СМИ.

*Задание и методика выполнения*

Для выполнения работы необходимо выбрать три печатных периодических издания (газетные или журнальные) различных типов и провести их письменный анализ по основным показателям. Перечисленные критерии, соответствующие изданию, следует описать подробно с указанием конкретных сведений.

1. **Охарактеризовать тип издания:**
2. Регион распространения издания: транснациональное, общенациональное (общероссийское, федеральное, центральное), региональное, местное, муниципальное, корпоративное.
3. Учредитель: промышленно-финансовая группа, пресс-монополия, администрация, частное лицо.
4. Аудитория: универсальное или специализированное (пол, возраст, образование, уровень доходов, профессия, вероисповедание, увлечения).
5. Легитимность: легитимное, нелигитимное, квазилигитимное.
6. Качество издания: качественное или массовое (популярное, желтое, бульварное, развлекательное, бесплатное, смешанного типа).
7. Издательские характеристики: периодичность (ежедневные, еженедельные, декадные, помесячные, ежеквартальные), формат (А2, А3, А4, таблоид), объем (количество полос), расходные материалы (бумага, краски).

**II. Определить преобладающий тип материалов в издании**: аналитические (статью, корреспонденцию, комментарий, рецензию, обзор), информационные (информация, отчет, интервью, репортаж), художественно-публицистические (очерк, зарисовку, фельетон, памфлет).

**III.** Охарактеризовать **постоянные и переменные рубрики**, обозначить их содержательное и тематическое наполнение.

**IV. Выявить должностной состав редакции**: главный редактор, журналисты, комментаторы, обозреватели, собкоры, спецкоры, корреспонденты, фотокоры, бильд-редактор и др.

**V.** Сделать **выводы по изданию**:

1. Соответствие содержания типу издания;
2. Соответствие оформления целевому и читательскому назначению;
3. Необходимость присутствия на рынке.
4. Рекомендации по усовершенствованию издания.