

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 08.02.2017 10:36:58

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabb173e945d14a4851fda56d069

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

«Юго-Западный государственный университет»  
(ЮЗГУ)

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



### ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ

Методические указания  
к практическим занятиям и СРС  
для преподавателей и студентов  
направления подготовки 42.03.02 «Журналистика»

Курск 2017

УДК 070 (076.5)

Составитель Е.А. Беспалова

Рецензент

Кандидат филологических наук, доцент *Т.В. Летапурс*

**Организация работы редакции:** методические указания к практическим занятиям и СРС/ Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Е.А. Беспалова. Курск, 2017. 32 с. Библиогр.: с. 32.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям и СРС по дисциплине «Организация работы редакции», содержат систему вопросов для закрепления теоретических знаний, вопросы для самоподготовки студента, дополнительный теоретический материал и выстроенную систему практических заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Методические указания соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Для преподавателей и студентов направления подготовки 42.03.02.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 15.12.17. Формат 60x84 1/16.  
Усл. печ. л. 1,9 . Уч.-изд.л 1,7 Тираж 50 экз. Заказ . Бесплатно.  
Юго-Западный государственный университет.  
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

## **ВВЕДЕНИЕ**

Необходимость построения представленной системы практических занятий в значительной степени определяется спецификой курса «Организация работы редакции», который входит в систему вузовской профессиональной подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Основной целью практических занятий является формирование у студентов представлений о работе редакции печатного издания.

Последовательность практических занятий определяется последовательностью лекционного материала.

Практические занятия направлены на формирование профессиональных компетенций, а также на закрепление полученных на лекционных занятиях знаний об особенностях журналистского труда, составе и структуре редакции, условиях эффективности функционирования редакционного коллектива; на формирование умений участвовать в процессе подготовки и выпуска номеров печатного периодического издания; на формирование навыков организации редакционной деятельности.

В рамках предлагаемой системы практических занятий происходит актуализация проблемно-деятельностного подхода к журналистскому образованию, в частности, к овладению практическими навыками и приемами организации работы редакции.

# **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1**

## **Характер и условия газетного труда**

(2 часа)

### **Основные вопросы занятия**

Виды журналистской деятельности: публицистическая, редакторская и организаторская. Особенности журналистской работы: труд журналиста носит комплексный характер, журналистскому труду присущ индивидуально-коллективный и производственно-творческий характер. Оперативность и непрерывность. Сочетание универсальности со специализацией.

**Цель:** формирование теоретических представлений о характере и условиях газетного труда.

### **Задачи:**

формирование представлений о характере и условиях газетного труда;

закрепление знаний об условиях труда журналиста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Виды журналистской деятельности: публицистическая, редакторская и организаторская.

2. Особенности журналистской работы: труд журналиста носит комплексный характер, журналистскому труду присущ индивидуально-коллективный и производственно-творческий характер.

**III. Знакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Основная функция редакционного коллектива - производство общественно значимой информации для определенной аудитории. Поэтому, структура редакции зависит от функций, выполняемых ее сотрудниками, складывается из их действий, составляющих последовательный рабочий процесс, из их социальных и индивидуальных особенностей.

Редакционный план - это конкретная программа действий журналистов на определенном отрезке времени.

Виды редакционных планов условно подразделяются на:

- долговременный,
- перспективный,
- месячный,
- недельный,
- план номера,
- план целевого номера,
- индивидуальный план,
- план газетной компании.

При подготовке плана номера необходимо соблюдать следующие условия:

широту географии публикаций, разнообразие жанров, разномасштабность, соотношение проблемных и информативных публикаций, сбалансированность критических и положительных материалов, шрифтовое разнообразие, неповторяемость макетов полос, разнообразие социального состава авторов, соответствие материалов по тематике полосы.

Принципы редакционного планирования включают:

- системный подход,
- сочетание перспективности и оперативности,
- комплексность, гибкость,
- учет обратной связи.

В отличие от труда писателя, который работает самостоятельно, от начала до конца создания литературного произведения, деятельность газетчика носит двойственный характер, с одной стороны, он как творческий работник свободен в сборе материала, разработке темы, выборе художественных средств при написании материала, то есть он создает свое произведение в соответствии со своими склонностями, индивидуальными особенностями.

С другой стороны, его материал является лишь элементом в общем построении газеты, в системе газетного номера, который создается коллективно. Его дорабатывают сообща.

При отборе фактов и построении журналистского произведения мастерство журналиста заключается в том, насколько он умеет убеждать фактами, обобщать, анализировать. Уже сам отбор факта говорит о многом. Видеть за фактом явление - одно из важнейших профессиональных качеств журналиста. Факты отобраны, систематизированы. Теперь предстоит изложить их читателю.

На помощь приходит сюжет- средство организации материала. Журналистский сюжет-логика развития мыслей, система событий,

история постановки и решения актуальной общественной проблемы в соответствии с социальной целью, конкретной идеологической задачей.

Чем сложнее задачи, стоящие перед газетой, чем шире охват общественной жизни, тем разветвленнее структура ее редакции. В качественных газетах есть отделы по важнейшим проблемно-тематическим вопросам: политика, экономика, международная информация. Массовые бульварные коммерческие издания не стремятся освещать насущные политические проблемы. У них на первом месте развлекаловка, сенсация. В этих газетах на первом месте стоят отделы новостей, им нужна только изюминка.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Оперативность и непрерывность.
- Сочетание универсальности со специализацией.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 2.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 2.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 259 с.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2**

#### **Характеристики редакционного коллектива**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Работа редакции в советский период: в советский период журналистика представляла собой совсем другой общественный институт. Формы и методы партийного руководства.

Работа редакции в условиях рынка: в рыночных условиях периодические издания получили разный статус.

**Цель:** формирование теоретических представлений о характеристиках редакционного коллектива, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

**Задачи:**

формирование представлений о характеристиках редакционного коллектива;

закрепление знаний об условиях труда журналиста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Работа редакции в советский период: в советский период журналистика представляла собой совсем другой общественный институт.

2. Формы и методы партийного руководства.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Редакция любого печатного периодического издания представляет собой коллектив (от лат. *collektivus* – собирательный) – совокупность людей, объединенных общими целью и задачами. В обществе существует множество различных коллективов – трудовые, спортивные, учебные, военные и др. У каждого из них – своя цель и свои задачи, которые определяют их характер, особенности, отличающие их от других коллективов. Все это полностью относится и к редакции.

Редакция – это, прежде всего трудовой коллектив, ее работники трудятся, выполняя задания руководства. Вместе с тем она отличается от других трудовых коллективов. Во-первых, характером ее цели и задач. Она создана для подготовки и выпуска печатного периодического издания – газеты – и удовлетворения с его помощью информационных потребностей читателей. Во-вторых, характером членов редакционного коллектива. В нем трудятся специалисты,

представители ряда определенных профессий. Прежде всего – журналисты, а также технические и коммерческие работники, обладающие знаниями и умениями, необходимыми для выпуска газеты. Для того чтобы работать в редакции, нужны специальные способности, знания и умения, особая подготовка, жизненный опыт.

Специфика редакции как трудового коллектива заключается и в том, что это производственный коллектив. В отличие от непроизводственных коллективов, действующих, например, в сфере спорта, производственный коллектив входит в область материального или духовного производства. Результатом деятельности редакционного коллектива является духовная продукция – определенное количество знаний, сведений, представленных в форме журналистской информации, а также ее материальные носители – номера газеты. Как каждый производственный коллектив, редакция работает по плану, подчинена производственному ритму – графику выпуска газетных номеров. Материалы этих выпусков должны в определенное время поступать к читателям.

Конечно, в процессе своей деятельности редакция должна зарабатывать, получать прибыль, обеспечивая свое существование и выпуск газеты. Не следует, однако, проводить прямую параллель между редакцией и, например, коллективом промышленного предприятия. Специфика редакции заключается и в том, что она представляет собой не только производственный, но и творческий, в основном – литературный коллектив. Большая часть его работников – журналисты – занимаются творческой деятельностью – литературным трудом, создавая свои журналистские произведения или помогая вне редакционным авторам готовить их выступления в периодическом издании.

Социологи рассматривают редакцию, во-первых, как малую социальную группу – коллектив, объединенный общностью целей и интересов его членов, с особыми, специфичными для него связями и отношениями. И, во-вторых, что особенно важно, как саморазвивающуюся систему. Как любая система, она представляет собой совокупность, объединение различных элементов, каждый из которых обладает своими качествами и соответствующими им возможностями. При объединении этих элементов система приобретает новые «интегративные качества», обретает новые свойства и возможности. Элементами редакционной системы являются сотрудники редакции, прежде всего журналисты. Каждый из них



выполняет свою, присущую ему функцию. Но их объединение – редакционный коллектив – способен решать общую задачу – выпускать коллективное журналистское произведение – номер газеты, давая читателям представление о действительности в целом, о всех важнейших ее сторонах. Один сотрудник редакции выполнить эту задачу не в состоянии.

В результате внешних и внутренних воздействий редакционная система развивается и совершенствуется, устанавливаются оптимальные в данной ситуации величина, состав и структура редакции. Одним из важнейших факторов, определяющих эти характеристики, как и специфику организации ее работы, являются особенности журналистского труда.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Работа редакции в условиях рынка.
- Формы собственности, имущественная база редакции.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 3.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 259 с.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3**

#### **Редакция как производственный коллектив**

(2 часа)

### **Основные вопросы занятия**

Уровни менеджмента в редакции. Функции сотрудников звена управления: главный редактор, ответственный секретарь, редакционный менеджер, редколлегия. Функции сотрудников звена исполнения: руководители творческих, технических и коммерческих подразделений, журналисты.

**Цель:** формирование теоретических представлений о редакции как производственном коллективе, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

закрепление знаний об условиях труда журналиста;

формирование представлений о развитии книжной торговли и библиотечного дела Европы в XVI в.;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

### **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Уровни менеджмента в редакции.

2. Функции сотрудников звена управления: главный редактор, ответственный секретарь, редакционный менеджер, редколлегия.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Определение состава редакции не менее важно, чем установление ее величины. Это относится как к крупным коллективам, так и – в еще большей степени – к малым редакциям, в которых каждый работник на счету. Поэтому основатели газеты и руководители редакции придают особое значение подбору ее сотрудников и обычно предпочитают сами решать все кадровые вопросы.

Если на вопрос о величине редакционного коллектива можно вначале дать лишь приблизительный ответ, то его состав необходимо определить достаточно точно. Для того чтобы ответить на вопрос – кто должен выпускать газету, необходимо иметь ясное представление о типе издания, особенностях его читательской аудитории, структуре редакции. И разумеется, о возможностях оплаты труда ее работников. Потому что в каждой редакции должны работать не случайные люди, а специалисты, представляющие различные журналистские

специальности и способные решать задачи, связанные с подготовкой и выпуском именно данного издания. И если редакции массовой общественно-политической газеты требуются репортеры, журналисты, специализирующиеся в области политики и экономики, культуры, науки, народного образования и спорта, международники, то для подготовки и выпуска делового издания необходимо обеспечить иной состав коллектива. Его костяк составят журналисты-экономисты – специалисты в области финансов и товарных рынков, биржевой деятельности и статистики, коммерции и рекламы. Репортеры и международники требуются здесь гораздо меньше. Иногда в редакциях возникает потребность и в представителях жанровой специализации журналистов – очеркистах, обозревателях, сатириках.

Любую редакцию возглавляют специалисты-управленцы – главный редактор, его заместитель, ответственный секретарь. И любой редакции необходимы сотрудники, выполняющие функции, связанные с выпуском номеров газеты, – секретариатчики, отвечающие за ее дизайн, специалисты, работающие с редакционной почтой, журналисты, готовящие электронные версии издания.

На специализацию журналистов серьезно влияет тип печатных периодических изданий, в которых они работают, периодичность их выпуска. У газетчиков, сотрудников еженедельников и журналов много общего, но немало и особенностей. Если, например, от газетчика требуется оперативность сбора информации, ее обработки и публикации, то для работника редакции журнала важнейшее значение получает способность к анализу, обобщениям и оценке собранного материала. А у сотрудника еженедельника ценится сочетание достаточной оперативности и аналитичности мышления.

Эффективность работы сотрудника редакции определяется и соответствием его специализации, способностей и опыта его должности, месту, которое он занимает в коллективе.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

– Функции сотрудников звена исполнения: руководители творческих, технических и коммерческих подразделений, журналисты.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

##### **1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 4.**

2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 4.

3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 259 с.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4**

### **Управление редакционным коллективом**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Система управления редакцией. Авторитарный, демократический и пассивный стили руководства. Экономические методы управления коллективом. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции

**Цель:** формирование теоретических представлений об управлении редакционным коллективом, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

формирование представлений об управлении редакционным коллективом;

закрепление знаний об условиях труда журналиста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

### **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Система управления редакцией.

2. Авторитарный, демократический и пассивный стили руководства.

Экономические методы управления коллективом. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции

### **III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Редакционный менеджмент непосредственно сопрягается с маркетингом. Собственно, они представляют собой две стороны, два этапа процесса, направленного на достижение единой цели. Их можно было бы назвать маркетингменеджментом, каждая из двух частей которого специализируется на решении определенных задач. И работники, занимающиеся маркетингом и менеджментом в редакции, поддерживают непрерывные деловые контакты, обмениваясь информацией, находящейся в их распоряжении, под единым руководством – генерального менеджера редакции или компании.

Методы управления коллективом. В процессе редакционной практики используют эффективные методы управления коллективом. К ним относятся политические, правовые, организационные (административные), психологические и экономические методы управления. Разумеется, руководители редакции или телерадиокомпаний проводят определенную редакционную информационную политику, на формирование которой влияют как политика государства, власти, так и интересы, прежде всего экономические, учредителей, владельцев СМИ. Эта редакционная политика определяет характер и позицию СМИ, направление деятельности коллектива редакции, ее журналистов. Она влияет и на использование различных административных методов управления: моделирования и планирования, координирования и контроля, стимулирования и обеспечения оптимальных условий труда и др.

После вхождения СМИ в рыночную экономику быстро возрастает значение экономических методов управления редакцией. Используя их, руководители коллектива получают возможность финансового воздействия на работу сотрудника и подразделения, в котором он трудится. Например, путем его перевода на вышеоплачиваемую должность, повышения зарплаты в рамках «вилки» должностного оклада. Весьма эффективно регулирование размера гонорара, который можно изменять в зависимости от качества материала и трудоемкости процесса его подготовки.

Не меньший эффект дает и изменение частоты публикаций журналиста в соответствии с его работой – активностью, инициативой, мастерством, актуальностью тематики и др. Публикуя материалы сотрудника редакции чаще или реже и тем изменяя размер его гонорара, стимулируют активность журналиста и лучшую организацию его труда.

К экономическим методам управления коллективом относится и стимулирование труда работников. В каждой редакции полезно разработать систему стимулирования творческих и технических сотрудников. В ее основе – сочетание материальных и моральных стимулов. Используя формы финансового поощрения работника, в том числе выдачу дополнительной «13-й зарплаты» в конце очередного года, можно дополнить ее памятными подарками, приобретением за счет редакции путевок в дома отдыха и санатории и т.п.

И в новых, рыночных условиях сохраняют свое значение некоторые испытанные формы морального стимулирования. Приказ редактора о благодарности журналисту или решение редколлегии вывесить его материал на доску лучших публикаций месяца, особенно поддержанные премией, всегда производят стимулирующий эффект. Так же как предоставление журналисту возможности выехать в свободную командировку для написания материала на давно «выношенную» им тему. Или предоставление ему возможности вести в периодическом издании свою персональную рубрику, как это делал, например, В. Песков в «Комсомольской правде». При «плоской» структуре редакции использование последнего варианта не вызывает затруднений.

При контрактной системе найма работников редакции самой эффективной формой их стимулирования, сочетающей материальную и моральную стороны, является продление или перезаключение контракта с внесением в него изменений, улучшающих условия труда и его оплаты.

Выбор форм и методов стимулирования сотрудников редакции зависит, понятно, от ее финансовых и материальных возможностей, так же, как и использование различных форм взыскания.

Наряду с системой стимулирования работников редакции полезно обдумать и формы взыскания – наказания за ошибку, срыв задания, нарушение трудовой дисциплины и журналистской этики и, конечно, за действия, повлекшие за собой экономические потери, уменьшение доходов издания. Эти формы также имеют материальный и

моральный характер – от сообщения редактора на летучке о том, что слабый материал сотрудника пошел «в корзину», или выговора в приказе за ошибку до увольнения или отказа продлить контракт за попытку журналиста утаить денежное вознаграждение, полученное от рекламодателя за скрытую рекламу. Важно лишь, чтобы при использовании любой формы стимулирования или взыскания была соблюдена объективность: мера поощрения или наказания должна соответствовать мере заслуг или проступка. Лишь в этом случае действия руководителей будут поддержаны коллективом, их использование даст запланированный эффект, в том числе экономический.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Экономические методы управления коллективом.
- Формы и методы стимулирования сотрудников редакции

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 5.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 5.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 259 с.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5**

#### **Субъекты управления прессой**

(2 часа)

## **Основные вопросы занятия**

Редакционный коллектив: субъективные и объективные факторы определения. Структура редакции, ее виды. Локальные подструктуры: функциональная, организационная, социально-психологическая и социально-демографическая.

**Цель:** формирование теоретических представлений о субъектах управления прессой, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

### **Задачи:**

формирование представлений о субъектах управления прессой;  
закрепление знаний об условиях труда журналиста;  
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;  
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Редакционный коллектив: субъективные и объективные факторы определения.

2. Структура редакции, ее виды.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Субъекты управления прессой

Генеральный субъект управления СМИ в доперестроечной России. Прежде чем рассматривать изменения в нашей журналистике, вспомним, в каком состоянии она находилась до перестройки и реформ. Это поможет яснее увидеть все плюсы и минусы, которые она обрела к настоящему времени.

В годы советской власти в России, как и в СССР, генеральным субъектом управления СМИ являлся ЦК КПСС, который определял их деятельность в партийных документах. Партия строго регламентировала все стороны жизни и деятельности прессы, начиная от типологии изданий, их объема, периодичности, содержания, оформления и заканчивая организационно-массовой работой редакций, формами их связей с аудиторией. Она рассматривались прежде всего как инструмент партийного руководства, средство агитации, пропаганды и организации народа на выполнение очередных партийных решений. Многие местные издания были убыточными,



однако финансовые проблемы за них решали партийные органы, которые являлись их официальными издателями.

Парткомы решали и кадровые проблемы редакционных коллективов. Редакторы газет, члены редколлегий утверждались издателем. Практически, журналисты являлись теми же партийными работниками, которые выполняли партийную работу литературными средствами: проводили на страницах газет политические и хозяйственные кампании, выдвигали трудовые почины и поддерживали их выступлениями передовиков производства, организовывали социалистические соревнования в трудовых коллективах и между ними. Жесткий контроль, вмешательство во внутренние дела редакции иногда приводили к потере редактором газеты своих управленческих функций. Боясь принять решение, неудобное издателю, он отказывался самостоятельно руководить коллективом и по каждому производственному вопросу обращался за поддержкой в партком. Превращение СМИ в составную часть партийно-государственного управления обществом диктовало и соответствующее их поведение: не подлежали обсуждению указания издателя, в действиях работников редакции главенствовали партийная дисциплина, должностные инструкции, боязнь неминуемого наказания за всякое отклонение от указаний свыше.

Законодательство об учредителях и издателях СМИ. Закон СССР о печати и других средствах массовой информации (1990 г.), а затем закон РФ о средствах массовой информации (1991 г.) закрепили право на создание СМИ не только партийными, но и общественными, коммерческими организациями, отдельными гражданами. Получив свидетельство о регистрации СМИ, учредитель имел право в течение года приступить к его выпуску. Не требовали регистрации издания, учреждаемые органами законодательной, исполнительной и судебной власти исключительно для публикации своих официальных сообщений и материалов, нормативных и других актов. Это не относилось также к периодическим изданиям, тираж которых не превышал одну тысячу экземпляров, к радио и телепрограммам, распространяемым по кабельным сетям, ограниченным помещением и территорией одного государственного учреждения, учебного заведения, промышленного предприятия либо имеющих не более десяти абонентов. Цензура - предварительное согласование материалов редакции с должностными лицами государственных органов, организаций, учреждений, наложение запрета с их стороны на распространение сообщений -

теперь законом не допускалась. Было запрещено создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в функции которых входило осуществление цензуры массовой информации.

Учредитель утверждал устав редакции, заключал с ней договор. Но он был не вправе вмешиваться в деятельность газеты за исключением случаев, предусмотренных этим уставом, договором или законом. При ликвидации учредителя, если им выступала какая-либо организация или учреждение, его права и обязанности в полном объеме переходили к редакции. Следует сказать, что редакция с самого начала могла быть учредителем своей газеты, журнала, радио- или телепрограммы, информационного агентства. Она могла выступать также в качестве издателя, распространителя, собственника редакционного имущества.

С введением закона о СМИ вновь была возрождена многосубъектность управления в этой сфере. Многие журналистские коллективы стали учредителями собственных газет и журналов. Однако спустя несколько лет стало очевидно, что учредительство СМИ органами государственного управления, коммерческими и финансовыми структурами, спонсорство дает широкие возможности использовать СМИ для продвижения на информационном поле эгоистических интересов различных групп. Союз журналистов России увидел, что усиливается и парадоксальное положение с вопросом о собственнике, владельце издания, о правах и обязанностях которого ничего не сказано в законе о СМИ. Де факто он есть, а де юре его нет. "Непрозрачность" фигуры владельца порождает негативные последствия правового, экономического и политического характера. "Теневой" собственник не несет никакой ответственности ни перед обществом, ни перед журналистами. Проплачивая "линию" издания, он легко укрывается за мотивами необходимости информировать общество обо всех явлениях и событиях, а в действительности ведет открытую войну со своими противниками. Союз журналистов не раз ставил вопрос перед Госдумой о юридическом оформлении отношений между владельцами СМИ и журналистами. Существующее ныне положение опасно для общества, оно ограничивает конституционное право граждан на информацию.

Журналистский коллектив как учредитель СМИ. Самостоятельность и свобода печати, о которой мечтали журналисты, наконец-то пришла в редакции. Не надо было отчитываться перед

парткомом за каждое резкое, критическое выступление в адрес властных структур, использовать эзопов язык, думать над тем, как обойти те или иные цензурные препоны. После признания государством всех форм собственности началась активная приватизация и акционирование редакций, имущество которых принадлежало партии и государству, возросло число редакций, самостоятельно хозяйствующих на информационном рынке. Однако вместе с этим в работе редакций появились и трудности, которых раньше журналисты не испытывали.

Как учредители собственных изданий они должны были теперь самостоятельно решать вопросы своего жизнеобеспечения, начиная с аренды помещения для редакции, и заканчивая распространением, сбытом собственной информационной продукции. Многие редакционные работники, занимавшиеся раньше только творческим трудом, просто растерялись: им надо было осваивать роли хозяйственников, организаторов производства, считать деньги, изучать проблемы маркетинга журналистской деятельности и многое другое.

Вступив на путь рыночных отношений, СМИ сразу же ощутили всю их сложность. Целлюлозно-бумажные комбинаты теперь продавали бумагу по свободным ценам и ее могли покупать лишь состоятельные издатели и учредители. Владельцы помещений тоже перестали церемониться со СМИ, они регулярно поднимали цены, могли даже отказать в аренде, если находили более выгодного арендатора. Больше всего хлопот, однако, доставляли службы распространения печатной продукции.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

– Локальные подструктуры: функциональная, организационная, социально-психологическая и социально-демографическая.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 6.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 6.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 259 с.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6**

### **Планирование работы редакции**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Направления функционирования редакции. Менеджмент и организация деятельности редакции, особенности моделирования и планирования издания. Объекты, субъекты и источники планирования редакционной деятельностью.

**Цель:** формирование теоретических представлений о планировании работы редакции, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

формирование представлений о планировании работы редакции;  
закрепление знаний об условиях труда журналиста;  
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;  
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

### **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Направления функционирования редакции.

2. Менеджмент и организация деятельности редакции, особенности моделирования и планирования издания.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Планирование работы редакции – один из важнейших элементов, на основе которых можно создать средство массовой информации,

конкурентоспособное на современном рынке. Под редакционным планом понимают конкретную программу действий на определенный период, в которой указаны основные тематические направления, содержание материалов, их авторы, сроки их подготовки к печати или выходу в эфир. Продуманный и хорошо структурированный план позволяет создать «лицо» периодического издания, сформировать его концепцию, определить перечень приоритетных тем.

В большинстве редакций печатных и аудиовизуальных СМИ сложилась четкая система планирования. Существует масса планов, различающихся целями и задачами, характером, периодом действия, структурой. Перспективный план определяет основные направления деятельности редакции на период от нескольких месяцев до одного года. Он затрагивает предполагаемые изменения в основной проблематике, возможное появление новых сотрудников, изменение состава редакции, модификацию внешней структуры.

Перспективный план позволяет определить главные тематические линии, важнейшие темы, которые будут рассматриваться на страницах газеты или присутствовать в сетке вещания в течение длительного времени. В нем невозможно предусмотреть точные названия материалов, даты выхода публикаций. С течением времени каждое тематическое направление, намеченное в таком плане, конкретизируется. Появляются более четкие темы, подбираются авторы, определяются сроки выполнения редакционных заданий. Перспективные планы являются базой, на основе которой составляются текущие планы содержания газеты, теле- и радиопрограмм. Последние отличаются значительно более короткими сроками действия, детализацией, реальностью и обозримостью.

При получении задания корреспондент обязан уточнить у заведующего отделом или главного редактора два основных вопроса: срок сдачи материала и его объем (хронометраж). Если по каким-либо причинам не удастся подготовить его в назначенное время, необходимо уведомить об этом руководство редакции. При планировании и верстке текущего номера газеты из-за срыва срока сдачи материалов могут возникнуть проблемы, так как придется вносить серьезные коррективы в график работы других сотрудников редакции.

Планирование конкретного номера газеты (выпуска теле- и радиопередачи) представляет собой конечный этап в организации работы редакции. При составлении оперативного плана текущего номера газеты определяются точные формулировки тем, заголовки

материалов, объемы текстов в печатных знаках или строках, жанры, иллюстрации; отделы и авторы, подготовившие публикации.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

– Объекты, субъекты и источники планирования редакционной деятельностью.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 7.

2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 7.

3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 259 с.

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7**

#### **Экономические основы труда журналиста**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Экономическая и этическая целесообразность и эффективность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента

**Цель:** формирование теоретических представлений об экономических основах труда журналиста, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

формирование представлений об экономических основах труда журналиста;

закрепление знаний об условиях труда журналиста;  
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;  
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента.

2. Этическая целесообразность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Экономические основы труда журналиста связаны непосредственно с теми экономическими функциями, которые он выполняет и зависят от экономических результатов деятельности медиапредприятия в целом. Необходимость подготовки коллективного произведения – номера газеты или телепрограммы – придает особый характер всей его деятельности. С самого начала, когда он своей заявкой вносит вклад в общередакционный план работы; далее, когда получает задание, соответствующее одному из пунктов этого плана, затем в ходе сбора информации, отбора фактов на всем процессе подготовки публикации. Журналист учитывает опыт своих предшественников в разработке той же темы, направление и цели деятельности других сотрудников редакции. Взаимозависимость – одна из важнейших особенностей работы журналистов, сотрудничающих в одной редакции. С особой силой она выявляется на телевидении и радио, где команда творческих и технических работников – творческое объединение или группа – создает цельную программу или передачу. Индивидуально-коллективный характер труда журналиста отличает его от деятельности представителей других видов творческой деятельности.

В редакционном коллективе ему приходится выполнять ряд обязанностей на двух взаимосвязанных, но различающихся между собой направлениях. Одно из них – обязанности по отделу или другому творческому подразделению, в котором он работает. Здесь журналист непрерывно занят подготовкой определенного объема информации, сконцентрированной в его репортажах, статьях, заметках и других материалах для издания. Он работает с авторами, редактирует их

тексты и рукописи своих коллег, организует и проводит встречи «за круглым столом» в редакции. Поочередно, а то и одновременно он выступает в роли публициста, редактора и организатора. Комплексный, многофункциональный характер его труда, требующий разносторонних знаний, умений и способностей, определяет его сложность, но в то же время и привлекательность.

Другое направление – обязанности журналиста по редакции. Он участвует в редакционных летучках, выступая на них в роли обозревателя, дежурит на выпуске номера, работает с письмами читателей. Вместе со своими коллегами участвует в проведении кампаний и других редакционных акций. Времени у него всегда не хватает – одно задание сменяет другое.

У каждого журналиста свой участок работы, свои, известные ему и его руководителям задачи. Он ведет в своем отделе несколько тематических рубрик, отвечает за освещение событий в каком-то регионе и в то же время готов выехать в любой момент в командировку в роли специального корреспондента. Разделение труда в редакции и в отделе дает ему возможности для специализации на каком-то тематическом направлении, в каком-то жанре публицистики. И в то же время он должен быть способен заменить своего коллегу по отделу, уехавшего в командировку или в отпуск, – вести его рубрики, встречаться с его авторами и информаторами.

Если в редакции нет отделов, ответственность журналиста еще более возрастает: он ведет группу рубрик и сдает все материалы непосредственно ведущему редактору или в секретариат.

В современных условиях для журналиста, работающего в редакции, экономические основы его деятельности неразрывно связаны также с возможностями его социальной защищенности. Но если выпуск издания окажется нерентабельным, оно перестанет приносить прибыль и возникнет опасность прекращения его выхода, перед всем коллективом редакции или компании может открыться перспектива ее ликвидации. Тогда каждый ее сотрудник, независимо от его квалификации, столкнется с необходимостью поиска работы. Главная задача редакционного менеджмента – предотвратить возникновение подобной ситуации.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

**1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**



– Эффективность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента

## **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 8.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 8.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 259 с.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8**

### **Функционирование редакционного коллектива**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Общие условия функционирования редакционного коллектива: непрерывность управления, его комплексность и системность. Сбор, переработка, хранение и использование информации. Обратная связь редакции, ее виды и формы. Формирование редакционного актива. Работа с редакционной почтой.

**Цель:** формирование теоретических представлений о функционировании редакционного коллектива, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

формирование представлений о функционировании редакционного коллектива;

закрепление знаний об условиях труда журналиста;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом; воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Общие условия функционирования редакционного коллектива: непрерывность управления, его комплексность и системность.

2. Сбор, переработка, хранение и использование информации.

**III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Без определенного объема социальной информации невозможен выпуск печатного периодического издания. Ее запасы в редакции должны непрерывно пополняться – ведь ее непрерывно используют журналисты в процессе подготовки и выпуска газеты.

Сбор информации работниками редакции производится с самыми разными целями. Она необходима журналистам для их повседневной работы – подготовки заметок, статей, корреспонденции и других материалов, которые должны быть опубликованы в очередном номере издания. Эта информация – основа материалов, которые составляют запас отдела или секретариата редакции и могут быть опубликованы в одном из следующих номеров. Без постоянного притока информации о выполнении редакционных планов и отдельных заданий, о редакционной почте – её объеме и характере, о «географии» публикаций, о работе всех подразделений коллектива и каждого журналиста – руководители редакции не в состоянии управлять коллективом, принимать решения, ставить очередные задачи перед своими подчиненными. Возможность в любой момент получить новую информацию – предпосылка обеспечения правдивости публикаций журналистами и сотрудниками соответствующих редакционных служб. Лишь информация о том, как восприняты выступления периодического издания его аудиторией – отдельными лицами и коллективами, руководителями государственных органов, общественных организаций, фирм и предприятий дает журналистам данные, необходимые для самоанализа и самоконтроля. Информация требуется всем работникам редакции для правильной ориентации в конкретной обстановке – в сегодняшней политической и экономической ситуации, для знания обще-ственного мнения, интересов и запросов читателей. Особое значение получает информация о положении газеты на

информационном рынке, о ее конкурентоспособности, состоянии экономической базы – от этого во многом зависит ее существование.

Чтобы собрать информацию, достаточную для работы редакционного коллектива, требуется использовать все ее источники. Условно можно разделить их на две части. В первую входят те, которые находятся вне редакционного коллектива, во вторую – источники, имеющиеся в самой редакции. Правильное понимание значения и роли каждого из них важно не только для руководителей редакции, но и для ее журналистов.

Источником официальной информации являются государственные органы – Президент РФ и его администрация, правительство страны, ее парламент – Государственная Дума и Совет Федерации, органы судебной власти – Конституционный и Верховный суд. Эту информацию редакции могут получить от пресс-секретарей и пресс-атташе соответствующих органов или их руководителей в виде документов – новых законов или законопроектов, указов или решений, на пресс-конференциях и релизах, в пресс-службах соответствующих органов. Ее доставляют в редакцию и журналисты, аккредитованные при различных органах и организациях, берущие интервью у политических деятелей.

К этой информации присоединяются также данные, которые распространяют государственные информационные агентства ИТАР-ТАСС и РИА-Новости и крупнейшие коммерческие агентства – Интерфакс и др. В редакциях разного типа и уровня такая информация играет разную роль. Для местных, региональных газет они становятся основным источником информации о событиях, происходящих в других районах нашей страны и за ее рубежами. В редакциях общенациональных изданий материалы информационных агентств дополняют информацию, полученную из других источников. Однако для специализированных изданий, например, деловых или спортивных газет, важнейшее значение имеют материалы агентств, специализирующихся на сообщении соответствующей деловой, финансовой или спортивной информации.

Разнообразную информацию дает редакции её актив – информаторы, нештатные, общественные корреспонденты. И не следует недооценивать их роль, особенно для небольшой местной газеты: подчас они являются участниками или свидетелями многих важных событий, о которых сообщают в редакцию.

Важный источник информации для редакции – ее собственные штатные корреспонденты, работающие вдали от газеты. Они регулярно передают сообщения о событиях, происходящих в регионах, которые обслуживают, о ситуациях, возникающих в разных отраслях местной экономики. Особенно велико значение этого источника информации в крупных редакциях, имеющих разветвленную собкоровскую сеть. Сообщения собственных корреспондентов занимают значительное место в каждом номере «Известий», «Труда» и других крупнейших газет. А для ИТАР-ТАСС, Интерфакса и других информационных агентств собственные корреспонденты – тот источник информации, без которого их деятельность становится невозможной.

Среди источников информации, находящихся в самой редакции, определенную роль играет почта, приходящая в газету в самых разных формах – бумажных или электронных посланий, телефонных звонков. Это средство обратной связи приносит в редакцию ценнейшую информацию о реакции читателей на выступления периодического издания, отклики, предложения, сообщения о различных событиях и др. Эти письма содержат данные, по которым можно судить об интересах целевой аудитории издания, ее ожиданиях, запросах и т.д. Чем больше редакционная почта, тем разнообразнее содержащаяся в ней информация, тем более глубокие выводы можно сделать в результате ее анализа.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

##### **1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

- Обратная связь редакции, ее виды и формы.
- Формирование редакционного актива. Работа с редакционной почтой.

##### **2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельная работа над материалами лекции № 9.
2. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 9.
3. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 259 с.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9**

### **Менеджмент и закон**

(2 часа)

#### **Основные вопросы занятия**

Правовые основы редакционного менеджмента. Закон РФ «О средствах массовой информации», дополнения и поправки к нему. Законы РФ «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации»; «О рекламе»; «Об экономической поддержке районных (городских) газет»; «Об авторском праве и смежных правах»; подзаконные акты. Необходимость учета в редакционной деятельности Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ, Трудового кодекса РФ.

**Цель:** формирование теоретических представлений о менеджменте и законе, практических навыков анализа книжных образцов различных исторических периодов.

#### **Задачи:**

формирование представлений о менеджменте и законе;  
закрепление знаний об условиях труда журналиста;  
развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений как о дисциплине, так и о специальности в целом;  
воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

### **СОДЕРЖАНИЕ**

**I. Оргмомент** (объявление темы, целей и задач занятия).

**II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия**

1. Правовые основы редакционного менеджмента.
2. Закон РФ «О средствах массовой информации», дополнения и поправки к нему.
3. Законы РФ «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации»; «О рекламе»;

«Об экономической поддержке районных (городских) газет»; «Об авторском праве и смежных правах»; подзаконные акты.

### **III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.**

Для редакционного менеджмента правовые основы столь же важны, как и этические. Поскольку редакция, медиакомпания и информационное агентство представляют собой не только творческие, но и производственные коллективы, предприятия, они руководствуются всеми законами, определяющими деятельность государственных и негосударственных, коммерческих предприятий в России. Прежде всего это общие законы, регулирующие процессы основания и деятельности предприятий. К ним относятся Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Трудовой кодекс РФ, Уголовный кодекс РФ, а также все подзаконные акты, разъясняющие статьи и положения этих документов. Кроме этих общих законов и подзаконных актов правовой основой редакционного менеджмента служат специальные законы, определяющие цели, направления и характер функционирования средств массовой информации РФ. Среди них законы РФ: «О средствах массовой информации», «Об авторском праве и смежных правах», «О государственной тайне», «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», «Об информации, информатизации и защите информации», «О рекламе», «Об экономической поддержке районных (городских) газет», «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации» и другие, а также подзаконные акты, связанные с этими законами. Все эти документы образуют правовую базу, достаточную для организации деятельности редакций, компаний и агентств всех СМИ на территории России. Они обеспечивают защиту интересов СМИ и представляющих их журналистов на всех направлениях сбора информации и этапах подготовки и выпуска периодических изданий. К ним обращаются, представляя СМИ и защищая их интересы в судах. Но этими же законами руководствуются суды, решая дела о защите граждан, честь и достоинство которых были оскорблены публикациями в периодических изданиях.

Нарушение какого-либо из этих законов опасно для обеих сторон. Для государственных органов, властных структур, политических и общественных организаций, пытающихся ограничить

самостоятельность СМИ в их профессиональной деятельности или преследовать журналистов за публикацию правдивой информации. И для самих редакций, компаний и журналистов, нарушающих закон, стремясь увеличить свои доходы. Но нарушать закон не только опасно, но и экономически невыгодно. Рано или поздно нарушение будет раскрыто, и за него придется расплачиваться – в переносном и буквальном смысле этого слова. Периодическое издание, не считающееся с законом, долго не просуществует, оно просто не выдержит обрушившегося на него груза административных и финансовых санкций. Предотвратить это можно в процессе менеджмента, которым руководит редакционный менеджер.

#### **IV. Выполнение практических заданий по теме занятия**

**1. Доклады и сообщения студентов (с последующим обсуждением) по обозначенным вопросам.**

– Необходимость учета в редакционной деятельности Конституции РФ, Гражданского кодекса РФ, Трудового кодекса РФ.

**2. Анализ особенностей менеджмента региональных изданий.**

#### **V. СРС**

1. Самостоятельный подбор и анализ материалов по менеджменту региональных изданий.

#### **Список литературы**

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 259 с.

## Основная и дополнительная литература

Ворошилов, В. В. Журналистика [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.

Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс]: учебник / А. Г. Киселёв. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru>.

Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / под ред. Я. Н. Засурского. - М.: Аспект Пресс, 2008. - 259 с.