Журнал « Журналист **»** и Оргкомитет **«** Золотого фонда прессы **»** приглашают редакции принять участие во Всероссийских конкурсах СМИ – Главный редактор года, Голос парламента, Золотой Лотос, Маленький принц, Хрустальная матрешка, Кентавр, Лучший дизайн СМИ, Лучшее корпоративное издание.

Победители объявляются на ежегодном Деловом форуме СМИ, награждаются специальными призами и дипломами «Золотого фонда прессы», ценными подарками Совета Федерации РФ, Почетными грамотами Федерального агентства по печати, ваучерами на деловые поездки и отдых за рубеж, памятными подарками партнеров и спонсоров.

КОНКУРСЫ проводятся среди изданий – участников проекта «Золотой фонд прессы-2017».

Заявки принимаются до 10 декабря 2016 года. Подробнее на сайте, по телефонам 8 (499) 152 34 73 и
+7 910 474 10 04 и email
zolfondpress@mail.ru
.

Члены Экспертного совета о проекте «Золотой фонд прессы»

Вартанова Е.Л. председатель Экспертного совета (МГУ имени М.В. Ломоносова):

Оцениваем участников проекта «Золотой фонд прессы» хоть и строго, в соответствии с актуальными критериями, но позитивно. Задача экспертизы – помочь газетам определить как сильные, так и слабые стороны, которые им следовало бы исправить, модернизировав свою деятельность.

Смирнова О.В. (МГУ имени М.В. Ломоносова):

Региональная пресса была и остается наиболее массовым и важным сегментом информационного пространства страны и регионов. В результате экспертизы изданий укрепилось впечатление о том, что в регионах журналистика жива. И это - настоящая журналистика, когда журналист живет жизнью своих читателей, чувствует ее, старается сделать ее лучше и помочь своим читателям, своему городу и как профессионал, и как человек.

Распопова С.С. (МГУП имени Ивана Федорова):

Аудитория ждет от журналистов оперативного знания об изменениях в жизни общества. Оно должно быть надежным и проверенным. При этом не нужно ни сгущать краски, ни наводить глянец, интонационно не окрашивать новости и не смешивать новостной и публицистический контексты.

Мешавкин С.В. (Медиагруппа «Феномен», Санкт-Петербург):

Экспертиза – это повод задуматься об отношении к читателю.

Прежде всего оцениваются не оформление газеты, не дизайнерские решения и оригинальность. Все это важно лишь в том случае, если в газете уже настроена и «работает» комфортная среда чтения, насколько удобно вашему читателю читать вашу газету, как выстроена навигация полос и материалов, насколько содержательно используются иллюстрации и инфографика. То есть в первую очередь мы говорим не о дизайне, а о визуальной журналистике.

Теперь, когда печатным изданиям беспощадную конкуренцию составили электронные и сетевые медиа, мало написать текст. Газеты стоят перед жестким выбором – или меняться, или тонуть.