



Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого
Гуманитарный институт
Кафедра реклама и связи с общественностью

Принципы организации деятельности СМИ

К.Э.Н., доцент

О.О. Васильева

Независимые СМИ являются важным институтом гражданского общества и развитой демократии, а их подлинное свободное развитие — важным индикатором для определения характера политического режима того или иного государства.

Деятельность российских СМИ регулируется Федеральным законом «О средствах массовой информации», особенности которого состоят в том, что он устанавливает презумпцию свободы и информационной открытости СМИ; вводит их уведомительную регистрацию (ст. 10), а также положение, согласно которому статус журналиста произведен от статуса СМИ (ст. 1, 47, 48, 52).





Формы, в которых осуществляется распространение массовой информации:

- 1) периодическое печатное издание — это газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;
- 2) радиопрограмма — совокупность периодических аудиосообщений, а также передач, имеющих собственное название и выходящих в радиозфир в соответствии с сеткой вещания радиостанции не реже одного раза в год;
- 3) телепрограмма может быть рассмотрена как совокупность периодических аудиовизуальных сообщений, материалов и передач, имеющих постоянное название и регулярно выходящее в телеэфир в соответствии с сеткой вещания, но не реже одного раза в год;
- 4) видео- и кинохроникальная программа как форма распространения информации представляет собой совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное название и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;
- 5) специализированное СМИ — средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого законодателем установлены специальные правила (например, отсутствие регистрации);
- 6) иные СМИ — это печатные издания, созданные с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно те средства массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные

Принципы организации деятельности СМИ

1. Принцип информационной открытости и свободы массовой информации (ст. 1 Федерального закона «О средствах массовой информации»). Этот принцип выражается в отсутствии ограничений на поиск, получение, производство и распространение массовой информации; на свободу образования СМИ, владение, пользование и распоряжение ими. Таким образом, СМИ может выступать одновременно как объектом, так и субъектом права. Это важное положение свидетельствует об универсальном характере СМИ (редакции или учредителя) как важного субъекта информационного права.

Принципы организации деятельности СМИ

2. Принцип недопустимости прямой или косвенной цензуры. Под цензурой понимается требование от редакции СМИ со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей. По общему правилу цензура массовой информации не допускается. Запрещается создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации.

Принципы организации деятельности СМИ

3. Принцип недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. В частности, не допускается использование СМИ в иных целях, не предусмотренных действующим законодательством, например: в целях совершения уголовно наказуемых деяний; для разглашения сведений, составляющих тайну; распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, а также распространения сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств и др.

Организация работы Российского СМИ

1. Учреждение СМИ

2. Регистрация СМИ

3. Распространение
массовой информации
СМИ

Учреждение СМИ

Учредителем или соучредителем СМИ может быть гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган, а также орган местного самоуправления. Соучредители выступают в качестве учредителя совместно, и между ними заключается договор, в котором определяются их взаимные права и обязанности, ответственность, юридические последствия изменения состава соучредителей, процедура разрешения споров между ними.

учредителем СМИ не может быть:

- — гражданин, не достигший восемнадцатилетнего возраста, либо отбывающий наказание в местах лишения свободы по приговору суда, либо душевнобольной, признанный судом недееспособным;
- — объединение граждан, учреждение, организация, деятельность которых запрещена по закону;
- — гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно в РФ.

Регистрация СМИ

Средство массовой информации в полной мере осуществляет свою информационную деятельность после регистрации, поэтому копия устава редакции или заменяющего его договора направляется в регистрирующий орган не позднее трех месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) данного СМИ. При этом редакция вправе оговорить, какие сведения, содержащиеся в ее уставе или заменяющем его договоре, составляют коммерческую тайну.

Регистрация СМИ

- Права и обязанности учредителя и редакции возникают с момента регистрации СМИ, а предусмотренные уставом редакции — с момента утверждения последнего. В настоящее время в нашей стране действует уведомительная система (модель) регистрации СМИ (в советское время была разрешительная).
- Заявление о регистрации СМИ подается учредителем в Роскомнадзор и его территориальные органы.

В заявлении о регистрации СМИ должны быть указаны:

- 1) сведения об учредителе (соучредителях), обусловленные требованиями Федерального закона «О средствах массовой информации»;
- 2) название СМИ;
- 3) язык (языки);
- 4) адрес редакции;
- 5) форма периодического распространения массовой информации;
- 6) предполагаемая территория распространения продукции;
- 7) примерная тематика и (или) специализация;
- 8) предполагаемые периодичность выпуска, максимальный объем СМИ;
- 9) источники финансирования;
- 10) сведения о том, в отношении каких других СМИ заявитель является учредителем, собственником, главным редактором (редакцией), издателем или распространителем.

Распространение массовой информации СМИ

- Распространение продукции СМИ допускается только после того, как главным редактором дано разрешение на выход в свет (в эфир). Такое распространение считается коммерческим, если за него взимается плата. Продукция, предназначенная для некоммерческого распространения, должна иметь пометку «Бесплатно» и не может быть предметом коммерческого распространения.
- Тираж периодического печатного издания, аудио-, видео-, кинохроникальной программы определяется главным редактором по согласованию с издателем.
- Изъятие, а равно уничтожение тиража или его части допускается не иначе как по вступившему в силу решению суда.

Каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

- 1) название издания;
- 2) учредитель (соучредители);
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет, а для газет — также время подписания в печать (установленное по графику и фактическое);
- 5) индекс — для изданий, распространяемых через предприятия связи;
- 6) тираж;
- 7) цена, либо пометка «Свободная цена», либо пометка «Бесплатно»;
- 8) адреса редакции, издателя, типографии.

Каждая копия аудио-, видео- или кинохроникальной программы должна содержать следующие сведения:

- 1) название программы;
- 2) дата выхода в свет (в эфир) и номер выпуска;
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) тираж;
- 5) редакция и ее адрес;
- 6) цена, либо пометка «Свободная цена», либо пометка «Бесплатно».

Лицензия

- Лицензия на вещание выдается Роскомнадзором и дает ее держателю право, используя технические средства эфирного, проводного или кабельного телерадиовещания, осуществлять с соблюдением лицензионных условий распространение продукции СМИ.
- В выдаче лицензии должно быть отказано, если отсутствует техническая возможность осуществлять вещание с заявленными характеристиками либо близкими к ним, а также по иным основаниям, предусмотренным условиями конкурса, если заявки рассматриваются на конкурсной основе. Уступка лицензии на вещание другому лицу допускается только с согласия органа, ее выдавшего, с соответствующим переоформлением лицензии.

Лицензия может быть аннулирована в случаях:

- 1) если она была получена обманным путем;
- 2) неоднократно нарушались лицензионные условия либо установленные законом правила распространения радио- и телепрограмм, по поводу чего делались письменные предупреждения;
- 3) федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством РФ, установлен факт скрытой уступки лицензии.

***В целях обеспечения доказательств,
имеющих значение для правильного
разрешения споров, редакция радио-
телепрограммы обязана:***

- 1) сохранять материалы собственных передач, вышедших в эфир в записи;
- 2) фиксировать вышедшие в эфир передачи в регистрационном журнале, в котором указываются дата и время выхода в эфир, тема передачи, ее автор, ведущий и участники. Установлены также сроки хранения материалов передач (не менее 1 месяца со дня выхода в эфир); сроки хранения регистрационного журнала (не менее 1 года с даты последней записи в нем). Аудио- и видеозаписи вышедших в эфир программ, содержащих предвыборную агитацию, хранятся не менее 12 месяцев со дня выхода указанных программ в эфир. Организации, осуществляющие такое вещание, обязаны бесплатно предоставлять копии указанных радио- и телепрограмм по требованию избирательных комиссий.

Интернет-СМИ (e-media)

- зарегистрированный в установленном законом порядке в качестве СМИ регулярно обновляемый информационный ресурс, расположенный по определенному адресу (адресам) в российской зоне Интернета, который пользуется популярностью и имеет постоянную аудиторию.

признаки Интернет-СМИ (e-media)

- 1) наличие регистрации в органе Минкомсвязи России;
- 2) обновление и оперативность;
- 3) наличие собственной аудитории;
- 4) доступность благодаря навигации в Интернете;
- 5) гипертекстовый характер представления информации;
- 6) наличие редакционной ответственности.

Цели создания интернет-СМИ

- 1) создание еще одной информационной площадки в целях поддержания традиционного СМИ, например ведущей газеты или журнала;
- 2) использование новой формы привлечения внимания большей аудитории к уже существующему традиционному СМИ: портал используется как рекламная сетевая площадка; это также форма обратной связи, где слушатель, зритель может задать вопрос и благодаря интерактивному общению сразу получить ответ;
- 3) использование интернет-СМИ как формы привлечения дополнительных средств и рекламы, например сайты радиостанции «Эхо Москвы», газеты «Московский комсомолец» и др., на которых могут размещаться блоги тех экспертов и журналистов, которых нельзя дать в эфир согласно выданной лицензии (например,

Цели создания интернет-СМИ

- 4) составление отдельного проекта, создаваемого для постепенной трансформации традиционных СМИ в новую форму, например когда обычная газета создает еще интернет-радио, интернет-телевидение, выкладывает видео-ролики (сайт газеты «Комсомольская правда»); таким образом, традиционное СМИ постепенно «уходит» в новый формат (радио «Свобода», «Голос Америки», «София»);
- 5) прекращение деятельности традиционного СМИ, которое полностью не исчезает, а остается в Интернете.

Преимущества, которые дает регистрация интернет-ресурса в качестве СМИ

- возможность легально заниматься рекламным бизнесом;
- возможность привлекать государственные и иные заказы;
- возможность аккредитации в государственных учреждениях и получения полноценного журналистского доступа к информации;
- любая информация, размещенная на сайте оператора, будет иметь юридическую силу и считаться официальным сообщением СМИ.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!