

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Конституционное и административное право»

(наименование кафедры)

40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Государственно-правовая

(направленность (профиль)/специализация)

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

На тему «Нормативно-правовое регулирование и практика
применения законодательства о деятельности средств массовой
информации»

Студент

Некрасов Р.В.

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Иванчук Д.В.

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой к.ю.н., доцент Н. В. Олиндер

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2019

Аннотация

Актуальность работы выражается в постоянном развитии информационного пространства, которое осуществляется как в силу требований технического прогресса, так и по причине появления новых типов средств массовой информации. Особое внимание в вопросе регулирования деятельности СМИ стоит уделить тенденции расширения количества средств массовой информации в сети Интернет. Так же существует ряд проблем, связанных с применением законодательства о средствах массовой информации. Более того, в работе отражены не только недостатки в области реализации закона, но и методы их устранения.

Целью работы является рассмотрение основных правовых механизмов взаимодействия государственных органов и СМИ, а также выявление актуальных проблем применения законодательства о деятельности СМИ и определение направлений его совершенствования. Кроме того, необходимо изучить тенденции развития нормативно-правового регулирования в области деятельности средств массовой информации.

Задачи работы: рассмотреть понятия и правовой статус СМИ; изучить систему законодательных актов регулирующих деятельность СМИ; исследовать нормативное регулирование процесса регистрации СМИ; проанализировать специфику деятельности Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций; определить характеристику правового регулирования, а так же практики применения законодательства по отношению к деятельности журналистов; выявить основные проблемы практики применения законодательства о деятельности СМИ, а так же предложить пути их решения.

Работа состоит из введения, трех глав, подразделённых на семь параграфов, заключения, библиографического списка.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	10
1.1. Понятие и правовой статус средств массовой информации	10
1.2. Система законодательных актов регулирующих деятельность средств массовой информации.	25
Глава 2. ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ.	4747
2.1. Нормативно-правовое регулирование в процессе регистрации СМИ	477
2.2. Роскомнадзор как орган контроля за деятельностью СМИ	555
2.3. Применение законодательства Российской Федерации при осуществлении деятельности журналистов	622
Глава 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ:	722
3.1. Актуальные проблемы применения законодательства о деятельности СМИ.....	722
3.2. Направления совершенствования законодательства о деятельности СМИ.....	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	844
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	866

ВВЕДЕНИЕ

Современные информационные коммуникации стали неотъемлемой частью общественной и государственной жизни. Процесс передачи информации является естественной закономерностью. Учитывая стадию развития современных технологий, всё больше повышается роль информационных систем. Средства массовой информации являются одной из основных площадок по распространению информационных потоков. Однако, не стоит забывать тот факт, что Российская Федерация в первую очередь регламентирует принципы права, как определяющие, и по действующей Конституции является правовым государством. Отсюда следует вывод, что деятельность средств массовой информации (далее – СМИ), как субъекта правовых отношений, так же должна регулироваться юридическими инструментами, а именно механизмами законотворчества. Таким образом, простой процесс обмена информацией трансформируется в сложный алгоритм с применением соответствующих технических средств, а так же необходимым набором законодательных инструментов. Одним из самых распространённых субъектов, осуществляющих ретрансляцию той или иной информации, являются средства массовой информации.

Фундаментальная норма, предписывающая принцип деятельности субъектов, связанных с распространением информации изложена в основном законе Российской Федерации, а именно в статье 29 Конституции Российской Федерации: «Каждому гарантируется свобода мысли и слова. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается». Свобода слова в Российской Федерации провозглашается, как конституционное право и ценность. Это свидетельствует о важности защиты данной нормы на законодательном уровне. Актуальность темы исследования

диктуется в основном последними тенденциями в области расширения информационного поля в Российской Федерации, а так же развитием технических средств для распространения информации. Куликова С.А. отражает в своём учебнике «Информационное право России» тезис о перспективах развития информационных технологий: «Наше время характеризуется развитием компьютерно-информационных технологий и глобальных коммуникационных сетей. Это создаёт принципиально новые возможности и стимулы для поиска новых идей, мнений и знаний демократизации общественных отношений»¹. Данная позиция учёного-правоведа подтверждает актуальность исследования темы развития правового поля в рамках регулирования информационного потока. При этом Куликова Светлана Анатольевна указывает, что в перспективе процесс развития технологий массовых коммуникаций является непрерывным и динамичным.

Поскольку основная тема исследования в данной работе – нормативно-правовое регулирование и применение законодательства о средствах массовой информации необходимо обратиться к терминологической специфике объектов исследования. Обратимся к понятию «информация». Существует теоретическое определение и законодательное. В качестве фундаментального источника семантического объяснения данного термина используем «Толковый словарь русского языка» Сергея Ивановича Ожегова. В качестве первого значения Ожегов С.И. представляет информацию, как: «Сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством (спец.). Передача информации. Теория информации»². Второе значение термина «информация» не сильно отличается от представленного ранее, разве что является более компактным и кратким изложением: «Сообщение уведомляющее о

¹ Информационное право России: учеб.пособие для студентов обучающихся по специальностям «Юриспруденция» и «Прикладная информатика» / Куликова С.А. – Саратов: Издат-во Саратовского ун-та, С. 68.

² Толковый словарь русского языка: около 100000 слов, терминов и фразеологических выражений / Ожегов С.И. – Москва: Издат-во «Мир и образование», С. 415

положении дел»¹. Таким образом, с точки зрения лингвистического анализа, «информацией» признаётся совокупность данных объективного и субъективного характера, которые являются как свидетельствованием реальных закономерностей, событий, так и индивидуальным продуктом изъясления мысли конкретно взятого субъекта. Что касается правового поля, то определение понятия «информация» изложено в Федеральном законе от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 18.03.2019) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". На основании статьи 2 законодателем термин «информация» определён, как «Сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления»². Поскольку наша тема имеет непосредственное отношение именно к массовой информации, то законодателем так же предусмотрено нормативное закрепление данной категории. Статья 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации" устанавливает, что на законодательном уровне «массовая информация» признается, как «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»³. Таким образом термин «массовая информация» придаёт публичный характер материалам, попадающим под регулирование действующего законодательства Российской Федерации, а именно благодаря формулировке «для неограниченного круга лиц». Следует вывод, что информация попадает в категорию «массовая» с того момента, как благодаря каналам распространения она становится известной неограниченному кругу лиц. Что касается статуса СМИ, как субъекта правоотношений, которые мы собираемся рассматривать в рамках нашей работы - то в действующем законодательстве так же представлено определение. Обратимся к содержанию статьи 1 Закона Российской Федерации «О средствах массовой

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

² Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

³ Там же

информации»: «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, радиопередача, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)»¹. Исходя из нормативной позиции законодателя средством массовой информации признаётся как пространство, среда или площадка распространения информационного потока, так и конкретный субъект, которому присвоен данный статус на основании действующего законодательства.

Объектом исследования в данной работе является деятельность средств массовой информации. В качестве предмета обозначено нормативно-правовое регулирование и практика применения законодательства о деятельности средств массовой информации.

Целью работы является рассмотрение основных правовых механизмов взаимодействия государственных органов и СМИ, а так же выявление актуальных проблем применения законодательства о деятельности СМИ и определение направлений его совершенствования. Кроме того, необходимо изучить тенденции развития нормативно-правового регулирования в области деятельности средств массовой информации. Для достижения цели необходимо поставить ряд задач:

1. Рассмотреть понятия и правовой статус СМИ;
2. Изучить систему законодательных актов регулирующих деятельность СМИ;
3. Исследовать нормативное регулирование процесса регистрации СМИ;
4. Проанализировать специфику деятельности Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (далее – Роскомнадзор);

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

5. Определить характеристику правового регулирования, а так же практики применения законодательства по отношению к деятельности журналистов;
6. Выявить основные проблемы практики применения законодательства о деятельности СМИ, а так же предложить пути их решения.

Разработку и изучение этой темы можно датировать с момента появления главного в отрасли информационного права нормативного документа Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1. Данная тема поднималась в среде, как теоретиков-исследователей, так и практиков, осуществляющих свою деятельность в системе государственных органов. В своих работах тезисы о проблематике применения законодательства о СМИ рассматривал А.В. Минбалеев. В своих работах учёный анализировал понятийный аппарат СМИ, а в особенности их Интернет-форм. Обращаясь к публикациям в «Российской Газете», председатель правления Ассоциации Юристов России Владимир Груздев отзывался о тенденциях применения современных решений в законодательстве о средствах массовой информации. Председатель Комитета государственной Думы по информационной политике информационным технологиям и связи Леонид Левин так же в своих выступлениях отзывался о правоприменительной практике действующего законодательства о СМИ. Но на фоне всего существующего внимания к теме и проблемам с ней связанным, мало актуальных работ в рамках исследования законодательства и места средств массовой информации в существующем правовом поле.

Методологическую основу исследования в данной работе определяет логический метод, выражающийся в применение индукции, дедукции, анализа и синтеза. Применяя технико-юридический метод, предусматривающий толкование норм права. Теоретическая и практическая значимость выражается в изучении основных проблем, связанных с

исследуемой теме с дальнейшим предложением решений коллизий и проблем в области юридической техники оформления нормативных актов.

Работа состоит из введения, трех глав, подразделённых на семь параграфов, заключения, библиографического списка.

ГЛАВА 1. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

1.1. Понятие и правовой статус средств массовой информации

Как уже было отмечено во введении к данной работе, статус средств массовой информации закреплён на законодательном уровне сразу в нескольких источниках, имеющих разную юридическую силу. Возьмём за основу содержание статьи 29 Конституции Российской Федерации. Закон устанавливает всеобщее право на распространение и пользование информацией и информационными материалами. Наравне с этим каждый имеет право на взаимодействие с массовой информацией. Законодателем закреплена возможность без специального права заниматься распространением информационного потока и использование существующих источников.

Стоит учесть, что основное внимание в рамках данной работы уделяется не просто информации, а именно категории «массовой» информации. Обратимся к легислативному обоснованию данного термина. Как уже было указано ранее статья 2 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации»: «под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материал»¹. Обратимся к сравнительному анализу определений «информация» и «массовая информация». Если в первом случае предполагается просто какое-то свидетельствование факта или закономерностей, то во втором случае законодатель устанавливает выражение в форме печати, аудиовизуальной формы и так далее. Поскольку в данной главе пойдёт речь о именно средствах массовой информации, то стоит признавать под этой категорией. Статья 2 рассматриваемого нормативно-правового акта устанавливает: «Под

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)»¹. Исходя из данного положения содержания закона следует, что средствами массовой информации являются коммуникационные каналы, представленные в определённой форме, например, книгопечатные издания, сетевые источники, радио и теле каналы. Очевидно, что для распространения данных материалов или оборота информационного пространства необходимо не только наличие контента, но и субъекта, который отвечает за создание и ретрансляцию во вне.

Законодатель так же приводит конкретные примеры субъектов, которые ответственны за данные операции. В законодательном акте данные субъекты представлены в форме юридических и физических лиц, а именно: специализированного средства массовой информации, редакции средства массовой информации, журналиста, издателя, распространителя, телеканала, радиоканала, сетевого издания. Ведя речь о специфике деятельности СМИ, законодателем установлен ряд задач, которые базируются на законодательном закреплении:

1. поиск, получение, производство и распространение массовой информации,
2. учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими,
3. изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации².

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

² Там же

Вся деятельность средств массовой информации базируется на законодательных принципах. Первый и определяющий – это принцип свободы массовой информации. Данное положение устанавливает, что процесс поиска, получения, производства и распространения массовой информации, учреждения средств массовой информации, владения, пользования и распоряжения ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации не допускается к ограничению, если того не требуется законом.

Вторым принципом деятельности средств массовой информации является недопустимость цензуры. Здесь ярко прослеживается не только базовое закрепление гарантий деятельности, а так же взаимодействие между субъектами данной деятельности и органами государственной власти. Статья 3 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» под принципом недопустимости цензуры устанавливает: «Требование от редакции средства массовой информации 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»¹. Нормативное закрепление рассматриваемого принципа предполагает, что органы государственной власти не имеют права использовать собственные полномочия в рамках деятельности, чтобы ограничивать возможности субъектов, работающих в сфере создания и распространения информационных материалов. Казалось бы средствам массовой информации законодатель предоставил широкие правомочия и гарантии собственной деятельности.

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

Однако, для того чтобы создать некую модель сдержек и противовесов в действующем законодательстве установлен принцип недопустимости злоупотреблением свободой массовой информации. Наименование данного принципа позволяет в общих чертах представить его сущность. Однако, специфика данного направления деятельности законодательной нормы подробно детализирована и имеет широкий спектр действия. Разберём данный принцип более подробно. Нормативное закрепление недопустимости злоупотребления свободой массовой информации отражено в статье 4 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации». В первой части рассматриваемой статьи представленного нормативно-правового акта (далее - НПА) говорится о свободном использовании информационных материалов для совершения уголовно наказуемых деяний. К таким деяниям законодатель относит «разглашение сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну; распространение материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм; распространение других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань»¹. Далее идёт речь о информации, передаваемой через такие источники, как радио-, теле-, видео-, кинопрограммы, документальные и художественные фильмы. При этом законодатель в качестве потенциального источника включает скрытые тексты и специальные технические приёмы.

Отдельное положение законодательство определило противодействию распространения сведений, а так же сбыту наркотических средства посредством информационных каналов. Так же под действие данного принципа попадает запрет на распространение информации и персональных данных о лицах, которые оказались пострадавшими в результате

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

противоправных действий. И наконец, принцип запрета злоупотребления свободой информации устанавливает запрет на оборот информации о розничной продаже, а так же самого факта продажи дистанционным путём продукции табачного производства, алкоголя или непищевых ресурсов, торговля которым запрещена на территории Российской Федерации на основании действующего законодательства.

Для того чтобы средство массовой информации могло законно функционировать в, первую очередь, необходимо пройти процедуру регистрации. Порядок регистрации так же предусмотрен в законодательстве Российской Федерации. Первая стадия рассматриваемой процедуры приходится на составление и подачу заявления. Причём СМИ различного уровня по территориальному признаку обращаются в заявительном порядке в различные инстанции: на общефедеральном уровне, а так же за пределами территории Российской Федерации – в федеральный орган, уполномоченный Правительством Российской Федерации; в пределах территории одного субъекта - в территориальный орган федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации; в пределах двух и более субъектов Российской Федерации - в территориальный орган федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации. Заявление направляется непосредственно самим субъектом или же через заказное почтовое направление. Таким образом, средство массовой информации признаётся зарегистрированным с момента внесения его в реестр зарегистрированных средств массовой информации.

Говоря о средствах массовой информации, мы имеем в виду не просто какую-то единицу, а целую систему. Текущее законодательство отдельно определяет правовой статус редакции, учредителя, издателя, равно как и совокупность прав и обязанностей журналиста. Статья 18 Закона «О средствах массовой информации» регламентирует правовой статус учредителя средств массовой информации. Учредителю помимо роли

создателя присваивается так же функционал редакции, издателя, распространителя, собственника имущества редакции. Учредитель имеет право на заключение договоров с редакцией средства массовой информации. Причём, если учредитель не является частью средства массовой информации, то он вправе обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени (заявление учредителя). Не смотря на тот факт, что существует субординационная модель отношений между учредителем и редакцией, то первый, тем не менее, не имеет права на вмешательство в деятельность средства массовой информации, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, уставом редакции, договором между учредителем и редакцией (главным редактором). Что касается права передачи полномочий учредителя третьим лицам, то такое допустимо с согласия редакции и соучредителей. А если наступает ситуация, при которой происходит ликвидация или реорганизация – требуется согласие объединения граждан, предприятия, учреждения, организации, государственного органа его права и обязанности в полном объеме переходят к редакции, если иное не предусмотрено уставом редакции.

В основу деятельности редакции законодательством установлен принцип профессионализма. Определение редакции содержится в статье 2 Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»: «Под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации»¹ Редакция существует в форме юридического лица, а именно самостоятельно хозяйствующего субъекта или предприятия, зарегистрированного в соответствии с требованиями текущего законодательства Российской Федерации. Редакция может выступать в качестве учредителя средства

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

массовой информации, издателя, распространителя, собственника имущества редакции. Во главе редакции находится лицо, именуемое главным редактором. Деятельность редактора основана на требованиях настоящего законодательства, устава редакции, договора между учредителем и редакцией (главным редактором). В его полномочия включаются действия по представлению редакции в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде. Он несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации. Но стоит отметить, что в качестве критерия, не допускающего к вступлению в должность главного редактора статья 19 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», а именно наличие у лица факта отбывания наказания в местах лишения свободы или судимости за совершение преступлений с использованием средств массовой информации или информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", или за совершение преступлений, связанных с осуществлением экстремистской деятельности, а также гражданин, не достигший восемнадцатилетнего возраста или признанный судом недееспособным.

Отдельной статьёй урегулирован статус издателя в рамках действующего законодательства о средствах массовой информации. Под издателем в правовом поле понимается издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода. В Законе Российской Федерации нету чёткого обозначения нормативного статуса издателя, и потому законодатель отсылает

к законодательству об издательском деле, предприятиях и предпринимательской деятельности.

Ещё одним видом субъекта в системе средств массовой информации выступают информационные агентства. Однако стоит отметить, что определения данного субъекта в рамках законодательства отсутствует. Следственно, необходимо искать его в иных источниках либо формулировать его самостоятельно при помощи признаков. Всё же, определение информационное агентство некогда находилось в обороте нормативного закрепления. Обратимся к уже утратившему силу Федеральному закону от 01.12.1995 N 191-ФЗ "О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации". В разделе основных понятий существует характеристика термина «информационное агентство». Информационное агентство такой же источник распространения информации, как и все вышеуказанные. Но он отличается характерной чертой – это оперативность информационного потока. Соответственно под информационным агентством мы понимаем предприятие, задачей которого является распространение оперативных данных на тему существующих. Рассматривая более актуальные нормы о информационных агентствах, можно заметить что на данную форму средств массовой информации распространяется статус редакции, издателя, распространителя. Таким образом, информационное агентство является некой динамичной единицей, которая может быть выражена в виде любого из существующих видов СМИ.

Очень важным, сложным и распространенным субъектом в системе видов средств массовой информации, безусловно, выступает журналист, как физическое лицо. Регулированию правового статуса журналиста законодатель выделил целую главу Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации». Статья 47 закрепляет достаточно широкий спектр прав:

1. посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы;

2. быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;
3. получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;
4. копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 настоящего Закона;
5. производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;
6. посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях;
7. проверять достоверность сообщаемой ему информации;
8. излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;
9. отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;
10. снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала;
11. распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи¹.

Анализ представленного перечня позволяет понять специфику регулирования деятельности журналистов. Более того, именно данный перечень наиболее детально раскрывает суть фундаментальных

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

конституционных норм, связанных с распространением информации. В данном перечне мы видим, что в своей деятельности журналисты, как носители статуса СМИ имеет возможность практически беспрепятственного доступа к информации, естественно с оговоркой того, что он не нарушает действующее законодательство. Так же в своей деятельности сотрудник СМИ имеет возможность взаимодействовать с органами власти, а последние в свою очередь отвечают содействием. Журналистам так же предоставлена возможность свободы перемещения по специально охраняемым местам с целью освещения происходящих там событий. Обращаем внимание, что так же законодатель позволяет оперировать не только объективными фактами, но и собственными субъективными суждениями.

Поскольку журналист является представителем информационной организации, очень важным свойством при осуществлении своих действий является наличие аккредитации. Аккредитация позволяет работать представителям организаций со статусом СМИ на выездных мероприятиях, в которых освещаются события, связанные с орган местного самоуправления, организацию, учреждение, орган общественного объединения. Аккредитованный журналист имеет право присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых аккредитовавшими его органами, организациями, учреждениями, за исключением случаев, когда приняты решения о проведении закрытого мероприятия. Однако, статус аккредитации наряду с присвоением может быть и аннулирован. Журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией нарушены установленные правила аккредитации либо распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.

Ведя речь о правах журналистов, не стоит забывать, что помимо этого в их статус включается и совокупность обязанностей. Перечень обязанностей представлен в статье 49 Закона Российской Федерации «О средствах

массовой информации». Так основные обязанности журналиста можно разделить на несколько категорий: обязанности, связанные с соблюдением субординационного порядка внутри организации СМИ, общие обязанности, связанные со спецификой деятельности журналиста. В первую категорию включаются: соблюдение устава редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях; осведомление главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала; отказ от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона.

К общим обязанностям журналиста относятся проверка реализуемой им информации на достоверность, а так же подтверждение его журналистского статуса при помощи личного удостоверения. К иным обязанностям журналиста относятся сохранение источников информации в условиях конфиденциальности, получения согласия лиц на распространения материала в среде средств массовой информации материалов, содержащих сведения о их частной жизни, а так же соблюдать запрет на проведение им предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума при осуществлении профессиональной деятельности. Помимо конкретно предписанных обязанностей для журналистов существует условие соблюдения иных условий, установленных действующим законодательством.

Очень важным аспектом деятельности журналистов является политика конфиденциальности. Именно поэтому в действующее законодательство включено положение о скрытой записи. Распространение материалов, добытых представленным методом, допускается. Однако, существует ряд исключений. Статья 50 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» устанавливает в качестве таких обстоятельств:

1. если это не нарушает конституционных прав и свобод человека и гражданина;

2. если это необходимо для защиты общественных интересов и приняты меры против возможной идентификации посторонних лиц;
3. если демонстрация записи производится по решению суда¹.

Ранее мы уже рассматривали принципы деятельности средств массовой информации. Среди прочих мы давали характеристику недопустимости свободой массовой информации. Синонимичный по смыслу принцип так же отражается в конкретной деятельности журналистов. Сущность такового заключается в законном ограничении использования прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации. Отдельно данным положением законодательства так же защищается личность и достоинство граждан от противоправных действий журналистов.

Помимо субъектов, распространяющих информационный поток, существуют так же те, кто являются её носителем. В законодательстве они рассматриваются, как обладатели информации. В Федеральном законе от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" под обладателем информации воспринимается гражданин (физическое лицо), юридическое лицо, Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование, которое располагает какими-либо данными. Поскольку это отдельный субъект, то соответственно он располагает правами и обязанностями. В качестве прав законодателем определен следующий перечень:

1. разрешать или ограничивать доступ к информации, определять порядок и условия такого доступа;
2. использовать информацию, в том числе распространять ее, по своему усмотрению;

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

3. передавать информацию другим лицам по договору или на ином установленном законом основании;
4. защищать установленными законом способами свои права в случае незаконного получения информации или ее незаконного использования иными лицами¹.

Безусловно, одним набором правомочий обладатель информации не ограничивается. Поэтому нормативной частью установлен перечень обязанностей для данного субъекта:

1. соблюдать права и законные интересы иных лиц;
2. принимать меры по защите информации;
3. ограничивать доступ к информации, если такая обязанность установлена федеральными законами.

Совокупность прав и обязанностей не представляет полной картины правовом статусе средств массовой информации. Далее пойдёт речь об ответственности средств массовой информации за неправомерные действия в рамках профессиональной деятельности. Все субъекты, входящие в систему средств массовой информации, а именно: учредители, редакции, издатели, распространители, государственные органы, организации, учреждения, предприятия и общественные объединения, должностные лица, журналисты, авторы распространённых сообщений подлежат ответственности за нарушения законодательства в сфере деятельности средств массовой информации. Те же самые условия установлены и для вещателя, только в рамках распространения теле и радиоканалов. Гораздо интереснее обстоят дела с освобождением от ответственности. Статья 57 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» ответственность за нарушения законодательства в области распространения информации за распространение материала, содержащего ложные сведения, запрещённую

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

информацию, данные порочащие честь и достоинства личности гражданина и человека исключаются в следующих случаях¹:

1. Данные сведения присутствуют в обязательных сообщениях, где обязательные сообщения;
2. Данные были получены от иных лиц, в данном случае – информационных агентств;
3. Если данные входят в содержание на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;
4. Данные являются детальной визуализацией фрагментов выступлений народных депутатов на съездах и сессиях Советов народных депутатов, делегатов съездов, конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений;
5. Если данные представляют собой авторский материал и передаются посредством эфира без предварительной записи, либо текст, не подлежащий редактированию в соответствии с настоящим Законом;

Принцип свободы средств массовой информации, равно как и свободы слова и информации защищается ответственностью на основании текущего законодательства. Участники деятельности средств массовой информации, равно как и иные лица, а именно граждане, общественные объединения, должностные лица не имеют права своими действиями или за счёт собственных полномочий препятствовать доступ к распространению информации или информационному полю. Так же в нормативной части установлен перечень действий, за которые следует ответственность:

1. осуществление цензуры;
2. вмешательство в деятельность и нарушения профессиональной самостоятельности редакции;

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

3. незаконного прекращения либо приостановления деятельности средства массовой информации;
4. нарушения права редакции на запрос и получение информации;
5. незаконного изъятия, а равно уничтожения тиража или его части;
6. принуждения журналиста к распространению или отказу от распространения информации;
7. установления ограничений на контакты с журналистом и передачу ему информации, за исключением сведений, составляющих государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну¹.

Ранее мы уже говорили о принципе недопустимости злоупотребления свободой информации. Стоит отметить, что данный принцип не остаётся обыкновенной регламентацией, а имеет ещё и санкционные последствия за соответствующие нарушения. Напомним, что в настоящем законодательстве под злоупотреблением свободой массовой информации подразумевается «использование установленных настоящим Законом прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации»², а так же «право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями». Отдельный блок правонарушений выделен в конкретный перечень, установленный в Законе Российской Федерации «О средствах массовой информации».

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

² Там же

Первым правонарушением выступают действия связанные с организацией деятельности средства массовой информации: учреждение средства массовой информации через подставное лицо, получение свидетельства о регистрации либо лицензии на вещание обманным путем, скрытая уступка лицензии или неправомерном получении льгот, установленных для специализированных средств массовой информации. Так же к правонарушениям относятся действия, связанные с нарушением порядка производства и распространения продукта средств массовой информации, а именно совершение представленных действий не имея в установленном порядке зарегистрированный орган СМИ или лицензию, дающую законное разрешение на реализацию. Так же в сферу данного регулирования входит и контроль реализации рекламы в информационном пространстве. Стоит отметить последнюю функцию - создание помех или иное воздействие, которое устанавливает условия ограничения на распространение информационного потока.

Таким образом, в данном параграфе были разобраны основные понятия, правовые характеристики, совокупность прав и обязанностей тех субъектов, которые имеют непосредственное отношение к статусу средств массовой информации, а так же процессу производства, распространения и обработки информации в публичном потоке и через коммуникационные технологии.

1.2. Система законодательных актов регулирующих деятельность средств массовой информации.

Нормативно-правовое регулирование средств массовой информации - это важное и определяющее направление политики государства для построения работоспособной системы деятельности по распространению информации на территории Российской Федерации.

Для того, чтобы рассматривать системы нормативно-правовых актов в рамках нашей темы необходимо воспроизвести существующую иерархическую модель законодательного регулирования в существующей правовой системе Российской Федерации. Помимо территориальной классификации (где существует два уровня – федеральное законодательство и нормативные акты субъектов), так же сохраняется иерархическая последовательность на основании юридической силы нормативно-правового акта. Исходя из последней в России существуют законы и подзаконные акты. Термин «закон» отражён в учебнике теории государства и права Наумова: «Принятый в особом порядке нормативно-правовой акт высших представительных органов государства, либо непосредственно народа, обладающий высшей юридической силой и направленный на регулирование наиболее важных общественных отношений»¹. Подзаконные же акты принимаются на основе во исполнение законов, содержащие нормы права.

В системе законодательства регулирующего деятельность средств массовой информации, как и в правовой системе в целом, фундаментальным источником нормативного регулирования выступает Конституция Российской Федерации. В данной работе мы уже обращались к статье 29 рассматриваемого нами нормативно-правового акта. Конкретно для вопроса регулирования деятельности СМИ данная статья важна тем, что именно в ней закреплён ведущий принцип деятельности средств массовой информации: свобода слова и мысли, именно те самые идеи, которые и образуют саму суть деятельности средств массовой информации. Нормы Конституции Российской Федерации являются всего лишь регламентирующими в рамках одного, но тем не менее фундаментального принципа деятельности СМИ.

Вторым по силе в системе нормативно-правовых актов Российской Федерации о деятельности средств массовой информации упоминавшийся ранее Закон Российской Федерации от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах

¹ Общая теория государства и права : учебник / под ред. С.Ю. Наумова, А.С. Мордовца, Т.В. Касаевой. – Саратов : Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. – С.135

массовой информации». В данном акте законодателем отражены практически все аспекты деятельности средств массовой информации: от основных понятий и терминов заканчивая конкретными нормами организационно-правового характера.

Во вступительной главе данного законодательного акта мы можем найти перечень основных понятий, которыми оперирует законодатель в дальнейшем изложении юридического характера регулирования деятельности СМИ. Помимо данного перечня законодателем в дополнение существующим конституционным нормам устанавливаются задачи и принципы деятельности средств массовой информации, о которых мы говорили в предыдущем параграфе. Во второй главе «Организация деятельности средств массовой информации» авторы документа устанавливают организационные условия деятельности средств массовой информации, а именно: круг лиц, которые имеют прямое отношение к функционированию СМИ, алгоритм учреждения с дальнейшей регистрацией, а так же описание процедуры регистрации. Помимо процедуры учреждения и дальнейшего внесения в реестр важной частью содержания данной главы являются, конечно же, элементы правового статуса. Таким образом, во второй главе Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» мы можем проследить, каким образом законодательством идентифицируются средства массовой информации в частном: наименования, правовые характеристики, права, обязанности, каким образом присваивается статус, за что отвечает каждый из конкретных видов.

В Главе 2.1 «Исследования объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач)» законодатель на уровне нормативного закрепления вносит обоснование необходимости аналитики в сфере телевидения. В статье 24.1 рассматриваемой главы данного НПА закреплено: «В целях обеспечения открытости, прозрачности и достоверности данных, полученных в результате исследований объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач) при их последующем применении

при размещении на телеканалах (в телепрограммах, телепередачах) рекламы, федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, уполномочивает организацию, проводящую такие исследования (далее - уполномоченная организация), в порядке, установленном указанным федеральным органом исполнительной власти»¹. Таким образом, государство устанавливает факт наличия механизма надзора в сфере передачи данных посредством телевидения и телетрансляций.

Глава 3 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» предусматривает нормативное регламентирование процесса распространения информации. Статья 25 данной главы предусматривает общие условия порядка распространения информации. К ним относятся основополагающие принципы, которыми должны руководствоваться все субъекты, связанные с процессом оборота информации в пространстве. К таким принципам законодатель относит:

1. Воспрепятствование осуществляемому на законном основании распространению продукции средств массовой информации со стороны граждан, объединений граждан, должностных лиц, предприятий, учреждений, организаций, государственных органов - не допускается;
2. Распространение продукции средства массовой информации считается коммерческим, если за нее взимается плата. Продукция, предназначенная для некоммерческого распространения, должна иметь пометку "Бесплатно" и не может быть предметом коммерческого распространения;
3. Розничная продажа, в том числе с рук, тиража периодических печатных изданий не подлежит ограничениям, за исключением предусмотренных настоящим Законом. Розничная продажа тиража периодических печатных изданий в местах, не являющихся общедоступными, - помещениях и иных

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

объектах, в отношении которых собственником или лицом, уполномоченным управлять его имуществом, установлен особый режим пользования, - допускается не иначе как с согласия указанных лиц;

Особое значение законодатель придал факту ответственности средств массовой информации – в случае нарушения редакцией, издателем или распространителем имущественных либо личных неимущественных прав авторов и в иных случаях, предусмотренных законом, распространение продукции средства массовой информации может быть прекращено по решению суда. Порядок выхода в эфир законодателем установлен при помощи субординационной модели: продукция средства массовой информации распространяется только после того, как главным редактором дано разрешение на выход в свет (в эфир). Выход в информационное вещание должно обязательно сопровождаться специальными данными. Законодателем для каждого вида и категории информации установлены свои информационные атрибуты. Законом Российской Федерации «О Средствах массовой информации» выходными данными считается:

1. наименование (название) издания;
2. учредитель (соучредители);
3. фамилия, инициалы главного редактора;
4. порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет;
5. индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи;
6. тираж;
7. цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно";
8. адреса редакции, издателя, типографии;
9. знак информационной продукции в случаях, предусмотренных федеральным законодательством¹.

¹ Федеральный закон от 27 декабря 1991 года N 2124-1 "Закон о средствах массовой информации" – Российская Газета – Федеральный выпуск от 28 ноября 2007 г

Для телевизионного эфира, а так же радио установлены требования по системному объявлению. В информационном блоке должно содержаться наименование передачи при этом периодичность – не менее четырёх раз в сутки при непрерывном вещании. Соразмерно печатному изданию для радиотеле -, видео - или кинохроникальной программы законодатель предъявил выходные требования. Статья 27 рассматриваемого НПА предписывает аналогичный перечень, что и при периодической печати. Тоже самое касается и для сетевого издания.

Важным признаком, как субъекта СМИ, так и продукта который они выпускают – это лицензированный характер деятельности. Законом «О средствах массовой информации» установлены общие положения о лицензировании деятельности, а именно обязательное наличие допуска к информационному обороту со стороны государства. Сам механизм реализации лицензирования деятельности СМИ рассмотрен в законодательном акте очень подробно. Помимо тезисного описания принципа лицензированности деятельности о сроках действия лицензии, например, на радиовещание и телевидение по общему правилу – десять лет, однако иной срок может быть установлен соискателем лицензии. Бюрократический характер получения лицензии очевиден в условиях сложившейся правовой системы, поэтому для упорядочивания данной процедуры законодателем установлен целый ряд требований, которые обращены к заявлению на получение лицензии:

1. сведения, предусмотренные законодательством Российской Федерации о лицензировании отдельных видов деятельности;
2. наименование (название) планируемого для распространения телеканала или радиоканала с указанием реквизитов свидетельства о регистрации средства массовой информации;
3. программная направленность телеканала или радиоканала;
4. территория распространения телеканала или радиоканала;
5. объем вещания (в часах);

6. срок, в течение которого соискатель лицензии намерен осуществлять лицензируемый вид деятельности;
7. планируемая дата начала вещания;
8. сведения о среде вещания телеканала или радиоканала (наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание, иная среда вещания)

Помимо установленных сроков к условиям лицензирования средств массовой информации относятся процедуры продления, переоформления лицензии, отказ в предоставлении таковой, а так же контроль процесса лицензирования деятельности. Очень важно отметить, что к сфере деятельности средств массовой информации относят не только новостной или творческий характер информации, но так же реклама. В Законе Российской Федерации «О Средствах массовой информации» прямо не предусмотрено регулирование рекламного потока в информационном потоке, однако установлены ссылочные нормы, к которым мы обратимся позднее.

Деятельность средств массовой информации имеют безусловно публичный характер. Законодательством предусмотрена такая специфика взаимодействия информационных источников, поэтому Глава IV Закона РФ от 27.12.1991 "О средствах массовой информации" посвящена отношению распространителя информации с гражданами и общественными организациями. Статья 38 Главы IV воспроизводит основные конституционные принципы обращения информации: «Граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Государственные органы, органы местного самоуправления, организации, общественные объединения, их должностные лица предоставляют сведения о своей деятельности средствами массовой информации по запросам редакций, а также путем проведения пресс-

конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах»¹. Таким образом, государственный механизм устанавливает важность взаимодействия как граждан, так организаций со средствами массовой информации. Это делается для того, чтобы граждане находились в условиях регулярной осведомлённости происходящего.

Во втором же случае, средства массовой информации являются коммуникационным мостом между населением и государственными органами. Это важно, поскольку граждане должны иметь доступ к освещаемости деятельности, что поддерживает принцип публичности в деятельности органов власти различного уровня. Для того, чтобы средства массовой информации могли устанавливать контакт с органами власти различного уровня, а так же организациями и объединениями, законодателем был включен механизм обращения субъектов СМИ средствами запроса информации: «Редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. Запрашиваемую информацию обязаны предоставлять руководители указанных органов, организаций и объединений, их заместители, работники пресс-служб либо другие уполномоченные лица в пределах их компетенции». Однако запрос информации не всегда означает её предоставление. Законодателем установлен механизм отказа в запрашиваемой информации. Причины, по которым инстанция имеет право отказать СМИ в предоставлении сведений, могут быть следующие:

1. причины, по которым запрашиваемая информация не может быть отделена от сведений, составляющих специально охраняемую законом тайну;
2. должностное лицо, отказывающееся в предоставлении информации;

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

3. дата принятия решения об отказе.

Любая информация может содержать не только общие сведения, но и конфиденциальную информацию. Для таких случаев предусмотрены условия сохранения данного статуса и закрытости подобных сведений. Обратимся к статье 41 Закона РФ «О средствах массовой информации»: «Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне. Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом. Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, прямо или косвенно указывающие на личность несовершеннолетнего, совершившего преступление либо подозреваемого в его совершении, а равно совершившего административное правонарушение или антиобщественное действие, без согласия самого несовершеннолетнего и его законного представителя»¹. В данной норме мы видим, что информация, имеющая характер конфиденциальности в силу персонифицированных факторов, хоть и существуют исключения, однако, они действуют только в том случае, если на это есть распоряжение суда или компетентного органа.

Несколько по-иному складывается ситуация со сведениями, связанными с несовершеннолетними лицами. Субъект СМИ не имеет права на распространение информации, содержащую персональные сведения о несовершеннолетнем лице. Однако и здесь не обходится без исключений. В данном случае мы имеем в виду информацию, которая содержит сведения, необходимые для привлечения механизма защиты прав и свобод несовершеннолетнего лица, в случае если он подвергся противоправным

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

деяниям. В таком случае информация может быть распространена СМИ, если соблюдены следующие условия:

1. с согласия несовершеннолетнего, достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия), и его законного представителя;
2. с согласия законного представителя несовершеннолетнего, не достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия);
3. без согласия несовершеннолетнего, достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия), и (или) законного представителя такого несовершеннолетнего, если получить это согласие невозможно либо если законный представитель такого несовершеннолетнего является подозреваемым или обвиняемым в совершении данных противоправных действий¹.

Авторские права так же являются очень важными в сфере обращения информации. Законом установлено, что редакция и иные лица и организации, связанные в силу своего статуса с систематическим распространением информации, должны соблюдать всю совокупность гражданских прав в области авторского права.

Нередко в информационной деятельности приходится сталкиваться с недостоверной информацией. Подобные случаи могут быть вызваны абсолютно разными ситуациями. Поэтому в законодательстве так же содержится механизм, предусматривающий возможность субъекта обратиться с просьбой об опровержении тех или иных фактов. Гражданин или организация вправе потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

информации. Такое право имеют также законные представители гражданина, если сам гражданин не имеет возможности потребовать опровержения. Если редакция средства массовой информации не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана опровергнуть их в том же средстве массовой информации. Порядок опровержения так же изложен в законодательном акте. Опровержение выражается в форме сообщения с одноименным заголовком, в котором приводятся факты, являющиеся ложными, а так же в противовес им изложены сведения подтверждающие ложность данных и актуальные обстоятельства.

Поскольку ранее, а именно в параграфе 1.1. в процессе рассуждения о правовом статусе средств массовой информации были рассмотрены главы V и VII приступим к заключительной части обзора Закона РФ «О средствах массовой информации». Информационный поток носит глобалистический характер. Поэтому невозможно отрицать международные сотрудничество в рамках деятельности СМИ. Этому в НПА, который мы на данный момент рассматриваем, законодатель уделил отдельное внимание. Исходя из положений главы «Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации», на территории Российской Федерации установлен безграничный доступ к источникам иностранного происхождения. Продукция средств массовой информации распространяется на территории Российской Федерации открыто и не подвергается ограничениям. Однако наравне с этим существуют вполне обоснованные с точки зрения законодательства меры ограничения:

1. недостоверная информация в представленном распространителем продукции зарубежного периодического печатного издания заявлении о выдаче разрешения на распространение продукции зарубежного периодического печатного издания на территории Российской Федерации и прилагаемых к нему документах

2. несоответствие продукции зарубежного периодического печатного издания требованиям, установленным статьей 4 настоящего Закона и Федеральным законом от 25 июля 2002 года N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности";
3. наличие ранее зарегистрированного средства массовой информации с теми же наименованием (названием) и формой распространения массовой информации¹.

Лица, которые имеют статус зарубежных корреспондентов, тоже находят отражение в законодательстве. Так исходя из рассматриваемого НПА, мы видим, что зарубежный корреспондент наравне с внутренними СМИ действует на основе аккредитации и лицензии, а так же на них распространяется действие текущего законодательства Российской Федерации.

Деятельность средств массовой информации не ограничивается на создании продукции периодической печати, телевидения, радио, видеоматериалов и прочего. Важным блоком деятельности является реклама, ей создание и распространение.

Поскольку рекламная деятельность это сложный процесс, имеющий свою специфику и характерные черты, законодательством для регулирования данной сферы информационного пространства существует Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ. Ярким примером специфики регулирования деятельности в области оборота рекламы является статья 10. В данном случае говорится об условиях распространения социальной рекламы в каналах связи СМИ: «Заключение договора на распространение социальной рекламы является обязательным для рекламораспространителя в пределах пяти процентов годового объема распространяемой им рекламы (в том числе общего времени рекламы, распространяемой в теле- и радиопрограммах, общей рекламной площади печатного издания, общей

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

рекламной площади рекламных конструкций). Заключение такого договора осуществляется в порядке, установленном Гражданским кодексом Российской Федерации»¹.

Одним из важнейших по значимости, а так же в дискуссионной и правотворческой среде в последнее время является Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ. Прежде чем рассматривать содержание самого акта стоит отметить, что наиболее частые и прогрессивные законодательные изменения и правки в последние несколько лет пришлись именно на данный законодательный акт. Это объясняется, во-первых, тем, что нормы данного закона регулируют сферу распространения информации в наиболее прогрессивной и популярной среде, а именно сети «Интернет». Соответственно кибернетическое пространство постоянно меняется, равно, как и меняется формат оборота данных, сведений и материалов внутри, а следовательно должны, и меняться правовые методы и инструменты регулирования данной сферы распространения информации. В статье 1 данного нормативного акта законодателем определена сфера действия:

1. осуществления права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации;
2. применения информационных технологий;
3. обеспечения защиты информации².

Как и в любой сфере правового регулирования, законодателем всегда отражаются принципы той или иной сферы отношений. Так и в рассматриваемом нормативном акте в статье 2 представлен перечень принципов, на основании которых осуществляется регулирование отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации

¹ Федеральный закон от 18.07.1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе» // Собрание Законодательства Российской Федерации Выпуск № 30, 1995 г, ст. 2864

² Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

1. свобода поиска, получения, передачи, производства и распространения информации любым законным способом;
2. установление ограничений доступа к информации только федеральными законами;
3. открытость информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления и свободный доступ к такой информации, кроме случаев, установленных федеральными законами;
4. равноправие языков народов Российской Федерации при создании информационных систем и их эксплуатации;
5. обеспечение безопасности Российской Федерации при создании информационных систем, их эксплуатации и защите содержащейся в них информации;
6. достоверность информации и своевременность ее предоставления;
7. неприкосновенность частной жизни, недопустимость сбора, хранения, использования и распространения информации о частной жизни лица без его согласия;
8. недопустимость установления нормативными правовыми актами каких-либо преимуществ применения одних информационных технологий перед другими, если только обязательность применения определенных информационных технологий для создания и эксплуатации государственных информационных систем не установлена федеральными законами¹.

В Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» «информация» представлена, как объект, а именно: «Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и передаваться одним лицом другому лицу,

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

если федеральными законами не установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку ее предоставления или распространения»¹. Так же в законе представлена типология информации. Она подразделяется на общедоступную (или открытую) или ограниченную. Наравне с данным основанием существует классификация информации по порядку предоставления:

1. информацию, свободно распространяемую;
2. информацию, предоставляемую по соглашению лиц, участвующих в соответствующих отношениях;
3. информацию, которая в соответствии с федеральными законами подлежит предоставлению или распространению;
4. информацию, распространение которой в Российской Федерации ограничивается или запрещается².

В ходе данной работы мы уделили большое внимание рассмотрению субъекта, отвечающего за распространение информации. Однако, из всех рассмотренных нами ранее нормативных актов не рассматривают источник информации отдельно. В качестве обладателя информации в действующем законодательстве выступает гражданин (физическое лицо), юридическое лицо, Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование. У обладателя информации, как у субъекта сосредоточены свои права и обязанности. Перечень их был рассмотрен в работе ранее.

Поскольку информация имеет свою собственную типологию в рамках законодательства, соответственно существует нормативное обоснование каждой из её видов. Первым видом является общедоступная информация. Она имеет ряд характерных черт, позволяющих идентифицировать её, как

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

² Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

таковую. Во-первых, общедоступная информация является известной широкому кругу лиц. Во-вторых, общедоступной информацией в силу её открытости может оперировать абсолютное любое лицо без ограничений. Законодателем в данном НПА так же даётся расширенное пояснение сущности права на доступ к информации. Согласно закону любое физическое или юридическое лицо имеет право на доступ, получение и поиск к информации, если иное не ограничено законом. Тот же самый порядок распространяется, если отношения по информации складываются между государством с одной стороны. Так же данной нормой установлено, что существует несколько видов информационных материалов, к которым ограничение в доступе строго запрещено. Такие сведения представлены в виде:

1. нормативных правовых актов, затрагивающих права, свободы и обязанности человека и гражданина, а также устанавливающих правовое положение организаций и полномочия государственных органов, органов местного самоуправления;
2. информации о состоянии окружающей среды;
3. информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, а также об использовании бюджетных средств (за исключением сведений, составляющих государственную или служебную тайну);
4. информации, накапливаемой в открытых фондах библиотек, музеев и архивов, а также в государственных, муниципальных и иных информационных системах, созданных или предназначенных для обеспечения граждан (физических лиц) и организаций такой информацией;

5. иной информации, недопустимость ограничения доступа к которой установлена федеральными законами¹.

Помимо общедоступной информации так же установлена категория сведений, доступ к которым ни в коем случае не может быть ограничен коммерческими условиями (иначе бесплатная информация):

1. о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, размещенная такими органами в информационно-телекоммуникационных сетях;
2. затрагивающая права и установленные законодательством Российской Федерации обязанности заинтересованного лица;
3. иная установленная законом информация.

Однако не вся информация может носить статус доступной и открытой. В случае, если материалы и сведения содержащиеся в них нарушают действующее законодательство, то они подлежат ограничению. К такой информации законодатель относит сведения о частной жизни гражданина, персональные данные или сведения государственной важности.

Перечисленные нами элементы системы средств массовой информации являются распространителями информации не только в рамках печатных изданий, радио и телеэфира, но и подавляющее большинство данных субъектов осуществляют информационную деятельность на базе сети Интернет. Именно для таких условий в Федеральном законе от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" в статье 10.1 установленной обязанности для средств массовой информации, действующих не в рамках традиционных форматов, а именно в пространстве сети Интернет:

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

1. осуществлять идентификацию пользователей сети "Интернет", передачу электронных сообщений которых осуществляет организатор сервиса обмена мгновенными сообщениями (далее - пользователи сервиса обмена мгновенными сообщениями), по абонентскому номеру оператора подвижной радиотелефонной связи в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, на основании договора об идентификации, заключенного организатором сервиса обмена мгновенными сообщениями с оператором подвижной радиотелефонной связи, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;
2. в течение суток с момента получения соответствующего требования уполномоченного федерального органа исполнительной власти ограничить возможность осуществления пользователем сервиса обмена мгновенными сообщениями, указанным в этом требовании, передачи электронных сообщений, содержащих информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено, а также информацию, распространяемую с нарушением требований законодательства Российской Федерации, в порядке, определенном Правительством Российской Федерации;
3. обеспечивать техническую возможность отказа пользователей сервиса обмена мгновенными сообщениями от получения электронных сообщений от других пользователей;
4. обеспечивать конфиденциальность передаваемых электронных сообщений;
5. обеспечивать возможность передачи электронных сообщений по инициативе государственных органов в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- б. не допускать передачу электронных сообщений пользователям сервиса обмена мгновенными сообщениями в случаях и в порядке, которые определены Правительством Российской Федерации¹.

Наиболее распространённой визуальной формой деятельности СМИ в сетях Интернет на данный момент являются новостные агрегаторы. Примечательно, что для всех остальных видов информационного пространства не представлены столь подробные условия, а некоторые сведены в формат тезисного обоснования. Новостные агрегаторы представляют из себя информационный ресурс, который структурировано подбирает и отображает новостной материал. В статье 10.4 Федерального закона от 27.07.2006 N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" определены правовые атрибуты присущие новостному агрегатору, как распространителю информации. К обязанностям данного субъекта относятся²:

1. не допускать использование программы для электронных вычислительных машин, сайта и (или) страницы сайта в сети "Интернет", которые используются для обработки и распространения новостной информации в сети "Интернет" на государственном языке Российской Федерации, государственных языках республик в составе Российской Федерации или иных языках народов Российской Федерации, на которых может распространяться реклама, направленная на привлечение внимания потребителей, находящихся на территории Российской Федерации, и доступ к которым в течение суток составляет более одного миллиона пользователей сети "Интернет" (далее - новостной агрегатор), в целях совершения уголовно наказуемых деяний, разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

² Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

- законом тайну, распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань;
2. проверять достоверность распространяемых общественно значимых сведений до их распространения и незамедлительно прекратить их распространение на основании предписания, указанного в части 9 настоящей статьи;
 3. не допускать использование новостного агрегатора в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения недостоверной общественно значимой новостной информации под видом достоверных сообщений, а также распространения информации с нарушением законодательства Российской Федерации;
 4. не допускать распространение новостной информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями;
 5. не допускать распространение новостной информации о частной жизни гражданина с нарушением гражданского законодательства;
 6. соблюдать запреты и ограничения, предусмотренные законодательством Российской Федерации о референдуме и законодательством Российской Федерации о выборах;
 7. соблюдать требования законодательства Российской Федерации, регулирующие порядок распространения массовой информации;
 8. соблюдать права и законные интересы граждан и организаций, в том числе честь, достоинство и деловую репутацию граждан, деловую репутацию организаций;

9. разместить на новостном агрегаторе адреса электронной почты для направления им юридически значимых сообщений, а также свои фамилию и инициалы (для физического лица) или наименование (для юридического лица);
10. хранить в течение шести месяцев распространенную ими новостную информацию, сведения об источнике ее получения, а также сведения о сроках ее распространения;
11. обеспечить доступ федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, к информации
12. установить одну из предлагаемых федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, предназначенных для определения количества пользователей информационным ресурсом в сети "Интернет" программ для электронных вычислительных машин¹.

Так же в содержании данной статьи указано направление деятельности органов государственного контроля в области надзора за новостными агрегаторами. К данным методам относится ведение мониторинга ресурсов, относящихся к рассматриваемому типу источников информации. Далее в п.4 ст.10.1 рассматриваемого Федерального закона установлены условия, при которых интернет-ресурс трансформируется в статус новостного агрегатора. Для этого ресурсу необходимо удерживать число пользователей в количестве одного миллиона человек в течении трёх месяцев.

Таким образом, в данной главе были рассмотрены теоретические аспекты, связанные со средствами массовой информации, а именно

¹ Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214

законодательные определения, связанные с системой субъектов, относящихся к средствам массовой информации. В ходе анализа нормативно-правовой базы были отражены важнейшие нормы регламентирующие правовой статус всех видов средств массовой информации, их права, обязанности и сущность в актуальной правовой системе законодательства Российской Федерации.

Глава 2. ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ

2.1. Нормативно-правовое регулирование в процессе регистрации СМИ

Прежде чем средства массовой информации станут законно заниматься операциями по распространению сведений и материалов необходимо пройти процедуру государственной регистрации. На основе Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»: «Редакция средства массовой информации осуществляет свою деятельность после его регистрации, за исключением случаев освобождения от регистрации, предусмотренных настоящим Законом. Сайт в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" может быть зарегистрирован как сетевое издание в соответствии с настоящим Законом. Сайт, не зарегистрированный в качестве средства массовой информации, средством массовой информации не является¹. Регистрация СМИ должна осуществляться через Роскомнадзор. В качестве учредителя средств массовой информации могут выступать гражданин, объединение граждан, организация или государственный орган. Однако, существуют и исключаяющие признаки для тех, кто не может заниматься данной деятельностью. К таким относятся:

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

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

Заявление о регистрации средства массовой информации и прилагаемые к нему документы представляются в регистрирующий орган непосредственно или направляются заказным почтовым отправлением с уведомлением о вручении. Заявитель вправе направить указанные заявление и документы в регистрирующий орган в форме электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью, в том числе с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг. Ранее мы уже обращались к вопросу о регистрации средств массовой информации. В законодательстве установлено три уровня территориального распространения деятельности СМИ. Соответственно в зависимости от того, на каком уровне будет вещать СМИ, будет и зависеть конечный орган подачи заявлений:

1. на всей территории Российской Федерации и за ее пределами, подается учредителем в федеральный орган исполнительной власти, созданный при Правительстве Российской Федерации;
2. на территории субъекта, территории муниципального образования, подается учредителем в территориальный орган федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации;
3. на территориях двух и более субъектов Российской Федерации, подается учредителем в территориальное представительство органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации, в порядке, установленном указанным федеральным органом исполнительной власти¹.

Заявление направляется в форме заказного почтового отправления. Период рассмотрения заявления, как правило, составляет один месяц. Свидетельство о регистрации выдается с неограниченным сроком действия. Учредитель средства массовой информации должен приступить к

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

производству продукции средства массовой информации в течение одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации. В случае пропуска этого срока свидетельство о регистрации средства массовой информации признается недействительным. Заявление о регистрации так же имеет ряд требований к содержанию, установленных статьёй 10 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации». В заявлении о регистрации должны быть указаны следующие данные:

1. Сведения об учредителе (соучредителях), обусловленные требованиями настоящего Закона;
2. Наименование (название) средства массовой информации;
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 средства массовой информации;
9. Источники финансирования;
10. Сведения о том, в отношении каких других средств массовой информации заявитель является учредителем, собственником, главным редактором (редакцией), издателем или распространителем;
11. Доменное имя сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для сетевого издания;
12. Информация об уплате государственной пошлины¹.

Однако при общей необходимости регистрировать средства массовой информации всё же данная процедура не является сугубо обязательной. Так в статье 12 рассматриваемого законодательного акта указано, что для средств массовой информации «учреждаемых органами государственной власти и

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

органами местного самоуправления исключительно для издания их официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов; периодических печатных изданий тиражом менее одной тысячи экземпляров; радио - и телепрограмм, распространяемых по кабельным сетям, ограниченным помещением и территорией одного государственного учреждения, одной образовательной организации или одного промышленного предприятия либо имеющих не более десяти абонентов; аудио- и видеопрограмм, распространяемых в записи тиражом не более десяти экземпляров»¹. Ровно так же, как и зарегистрировать СМИ в реестре вполне существует вероятность и в отказе. Статья 13 Закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации" устанавливает перечень причин, которые могут выступить в качестве ограничения к регистрационным действиям²:

1. Заявление подано от имени лица, не обладающего правом на учреждение средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом;
2. Указанные в заявлении сведения не соответствуют действительности;
3. Наименование (название), примерная тематика и (или) специализация средства массовой информации нарушают положение части первой статьи 4 настоящего Закона;
4. Регистрирующим органом ранее зарегистрировано средство массовой информации с теми же наименованием (названием) и формой распространения массовой информации;
5. Если не уплачена государственная пошлина.

Тем не менее, возможность повторной подачи заявления допускается в случае устранения недостатков. Наравне с присвоением свидетельства о регистрации СМИ, оно может быть приостановлено. При этом опять же существуют условности. Суд в порядке рассмотрения заявления

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

² Там же

регистрирующего органа может остановить действие свидетельства в случае, если оно было получено нелегальным путём, сама информационная организация не проявляло активность в течение более одного года, если устав не был принят в течение трёх месяцев с момента первого факта активности СМИ, если имела место повторная регистрация. Деятельность средств массовой информации может быть приостановлена только на основании решения органа регистрации или судебного органа.

Стоит так же отметить, что приостановление деятельности СМИ осуществляется не только в силу нарушений Закона «О средствах массовой информации». Например, статья 8 Федерального закона от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" предусматривает ответственность за распространение экстремистских материалов через каналы СМИ: «В случае распространения через средство массовой информации экстремистских материалов либо выявления фактов, свидетельствующих о наличии в его деятельности признаков экстремизма, учредителю и (или) редакции (главному редактору) данного средства массовой информации уполномоченным государственным органом, осуществившим регистрацию данного средства массовой информации, либо федеральным органом исполнительной власти в сфере печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, либо Генеральным прокурором Российской Федерации или подчиненным ему соответствующим прокурором выносится предупреждение в письменной форме о недопустимости таких действий либо такой деятельности с указанием конкретных оснований вынесения предупреждения, в том числе допущенных нарушений. В случае, если возможно принять меры по устранению допущенных нарушений, в предупреждении также устанавливается срок для устранения указанных нарушений, составляющий не менее десяти дней со дня вынесения предупреждения. Предупреждение может быть обжаловано в суд в установленном порядке. В случае, если предупреждение не было обжаловано в суд в установленном порядке или не признано судом

незаконным, а также если в установленный в предупреждении срок не приняты меры по устранению допущенных нарушений, послуживших основанием для вынесения предупреждения, либо если повторно в течение двенадцати месяцев со дня вынесения предупреждения выявлены новые факты, свидетельствующие о наличии признаков экстремизма в деятельности средства массовой информации, деятельность соответствующего средства массовой информации подлежит прекращению в установленном настоящим Федеральным законом порядке»¹.

Регистрационный процесс доступен для отслеживания через официальный сайт Роскомнадзора. Основываясь на самой актуальной статистической информации по состоянию на 4 квартал 2018 зарегистрированных средств массовой информации (далее – Реестр СМИ) общее количество действующих зарегистрированных СМИ составило 72065, что на 7,1% меньше, чем в аналогичном периоде 2017 года – 77583. Что касается заявительного порядка, то в 4-м квартале 2018 года в Управление поступило 1048 заявлений на регистрацию (внесение изменений в запись о регистрации) СМИ, что на 3,5% меньше, чем в аналогичном периоде 2017 года – 1086. Так же органом власти представлена диаграмма, иллюстрирующая долю средств массовой информации исходя из их видов:

¹ Федеральный закон от 25 июля 2002 г. N 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности" – Российская Газета – Федеральный выпуск от 30 июля 2002 года

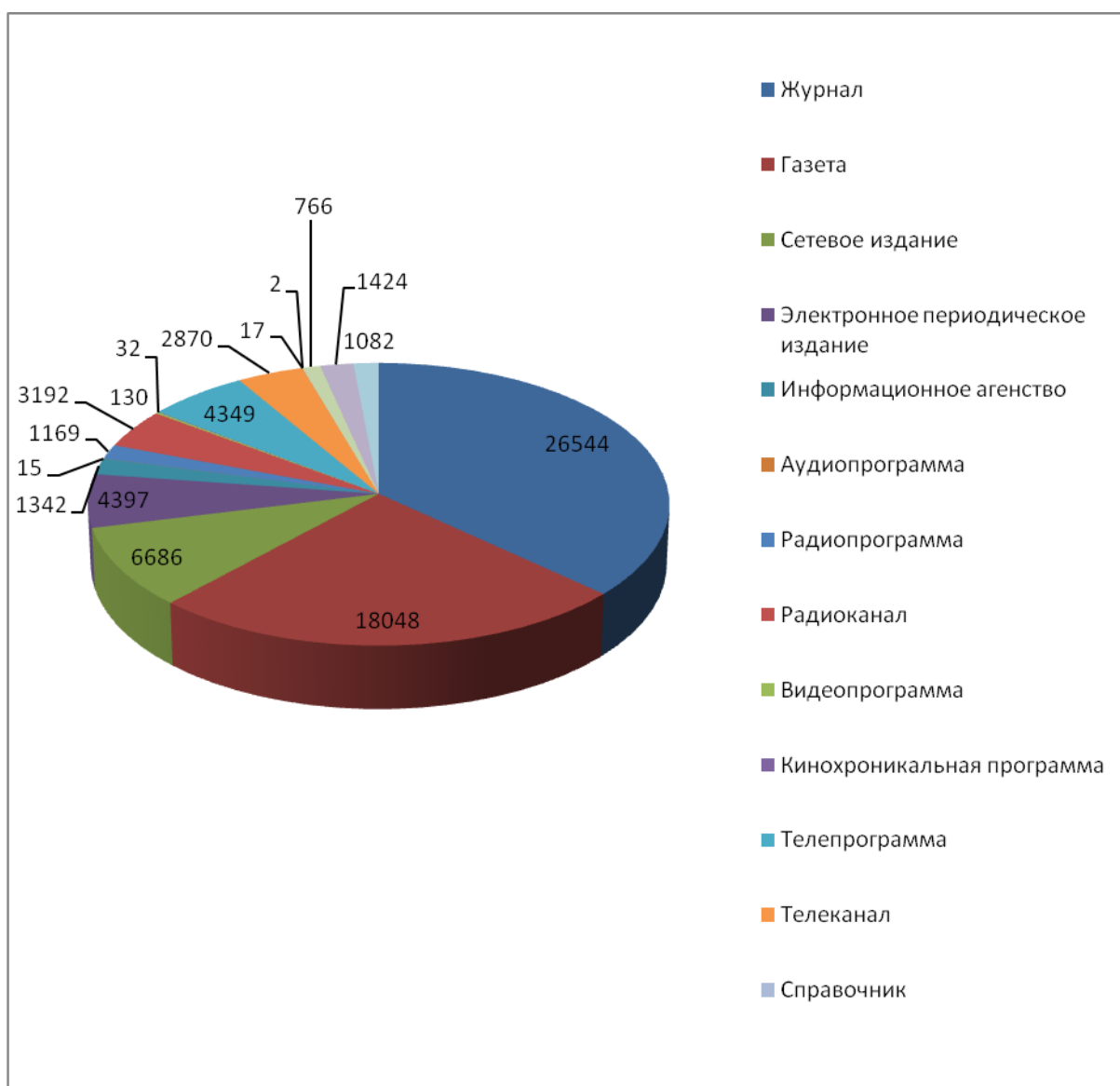


Рисунок 2.1. Доля средств массовой информации исходя из их видов

За данный отчётный период зарегистрировано (и внесено изменений в запись о регистрации) 877 СМИ, что на 1% больше, чем за аналогичный отчётный период 2017 года - 868 СМИ. В работе уже было отмечено, что за нарушение в порядке подготовки документов соответствующая совокупность материалов будет возвращена СМИ для внесения изменения на основании действующих требований законодательства. «В 4-м квартале 2018 года принято 265 решений о возврате документов, поступивших на регистрацию СМИ и в связи с внесением изменений в запись о регистрации СМИ. По сравнению с 4-м кварталом прошлого года количество возвратов в 2018 году

уменьшилось на 3%: в 2017 году - 273 решения. Доля возвратов составила 25,3% от общего числа поданных в отчётном периоде заявок»¹. В случае нарушения требований законодательства средства массовой информации может быть исключено из Реестра. «В 4-м квартале 2018 года подготовлено 3 отказа в регистрации (внесении изменений в запись о регистрации) СМИ. Таким образом, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года количество отказов не изменилось: в 2017 году – 3. Процент отказов составил 0,3% от общего числа поданных заявок в отчётном периоде 2018 года»². По этому же случаю приведена статистика, исходя из причинных факторов исключения СМИ из Реестра: за представленный период из Реестра исключено 588 организаций - 235 по решению суда, 233 по решению учредителя (соучредителей) СМИ, 120 записей о регистрации СМИ утратили силу по основаниям, предусмотренным статьёй 15 Закона о СМИ. Выше были рассмотрены данные статистики относительно СМИ, проходящих процедуру регистрации на федеральном уровне, при этом не стоит забывать о наличии территориальных организаций распространения информации. На основании данных с официального сайта Роскомнадзора: «В 4-м квартале 2018 года в территориальные органы поступило 381 заявление на регистрацию (внесение изменений в запись о регистрации) СМИ, что на 45% меньше, чем в 4-м квартале 2017 года – 693 заявления. Из них 168 – первичная регистрация СМИ, 213 – внесение изменений в запись о регистрации СМИ»³. Территориальными органами Роскомнадзора принято 69 решений о возврате поступивших документов на регистрацию и в связи с внесением изменений в запись о регистрации СМИ. В сравнении 4-м кварталом 2017 года количество возвратов в 2018 году уменьшилось на 5,5 %: в 2017 году – 73 решения. Доля возвратов составила 18% от общего числа поданных в отчётном периоде заявок. Количество отказов в регистрации по

¹Отчёт УРРКНСМК за 4-ый квартал 2108 года URL: https://rkn.gov.ru/docs/Otchet_URRKNSMK_za_4-j_kvartal_2018.docx

² Там же.

³ Там же.

состоянию на рассматриваемый отчётный период составило 919 СМИ, где 271 - по решению суда, 488 - по решению учредителя (соучредителей) СМИ, 160 записей о регистрации СМИ утратили силу по основаниям, предусмотренным статьёй 15 Закона о СМИ.

Таким образом, в данном параграфе были рассмотрены принципы и условия регистрации СМИ, а так же статистические данные, отражающие практическое применение законодательства в рамках процесса регистрации СМИ.

2.2. Роскомнадзор как орган контроля за деятельностью СМИ

Как уже было отмечено в работе ранее на основании текущего законодательства за средствами массовой информации осуществляется надзор со стороны государственного аппарата. Главным органом, который берёт на себя данную функцию, является Роскомнадзор. Нам известно, что государственный механизм осуществляет приём и сопровождение процедуры регистрации СМИ, управление Реестром, а так же процедурой ликвидации и блокировки СМИ в зависимости от её типа (печатное издание, интернет-издание и т.д.). Помимо законодательных норм Роскомнадзором был разработан и опубликован рекомендационный материал по соблюдению отдельных требований действующего законодательства Российской Федерации в сфере массовых коммуникаций для редакций периодических печатных изданий. Причём такие рекомендации существуют не универсально для всех типов средств массовой информации, а индивидуально для каждого. Первый экземпляр рекомендаций обращён к периодической печати. В данных рекомендациях конкретно предписан механизм применения отдельных статей законодательства о СМИ. Например, чётко отслеживается роль Роскомнадзора в механизме применения законодательства о средствах массовой информации: «Необходимо при этом учитывать, что регистрирующим органом является тот территориальный орган

Роскомнадзор, которым выдано свидетельство о регистрации СМИ, а для периодических печатных изданий, предназначенных для распространения на всей территории Российской Федерации, за её пределами или на территориях нескольких субъектов Российской Федерации, регистрирующим органом выступает Роскомнадзор. На официальном сайте Роскомнадзора размещен примерный шаблон устава редакции средства массовой информации. В соответствии с п. 5.8. примерного устава в составе редакции предусмотрено создание коллегиального совещательного органа - редакционной коллегии. Поскольку создание редакционной коллегии в соответствии со ст. 19, 20 Закона о СМИ не является обязательным требованием, ее отсутствие не является нарушением. Если в составе медиа-холдинга объединены редакции различных средств массовой информации, которыми руководят редакторы, необходимо создавать такой орган управления как главный редактор и указывать в уставах редакций и выходных данных сведения о главном редакторе»¹. Аналогично складывается ситуация и с интернет-изданиями. В содержание рекомендаций для последних установлен перечень санкционных последствий за нарушение порядка регистрации или внесения изменений в документы регистрационного характера: «Необходимо учитывать, что в качестве регистрирующего органа для сетевых изданий выступает Роскомнадзор, а не его территориальные органы. Изменение, исключение, добавление литера, корпуса, этажа, номера дома, комнаты также являются изменениями местонахождения (адреса) редакции. Отдельно отмечаем, что Законом о СМИ не предусмотрено, что средства массовой информации с определенной периодичностью распространения («ежеквартально», «один раз в месяц», «два раза в неделю») и так далее должны выходить в свет в определенный день. Конкретная дата выхода в свет очередного выпуска издания определяется редакцией средства массовой информации. Максимальный объем сетевых изданий указывается в соответствующих

¹Рекомендации по соблюдению отдельных требований действующего законодательства Российской Федерации в сфере массовых коммуникаций для редакций периодических печатных изданий. URL: https://12.rkn.gov.ru/docs/12/Rekomendacii_dlja_redakcij_periodicheskikh_pechatnykh_izdaniij_2017.docx

единицах измерения информации (например, в байтах). Непредставление или несвоевременное представление в Роскомнадзор уведомления влечет административную ответственность предусмотренную ст. 13.23 КоАП РФ в виде административного штрафа:

1. на граждан - в размере от двухсот до пятисот рублей;
2. на должностных лиц - от одной тысячи до двух тысяч рублей;
3. на юридических лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

Дополнительно сообщаем, что в целях актуализации сведений, содержащихся в свидетельствах о регистрации СМИ, в случаях:

1. изменения наименования учредителя (соучредителей);
2. изменения местонахождения учредителя и (или) редакции

Учредитель может воспользоваться правом на внесение изменений в свидетельство о регистрации СМИ и обратиться в Роскомнадзор с заявлением по форме, утверждённой Приказом Минкомсвязи России от 29.12.2011 № 362 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственной услуги по регистрации средств массовой информации» (приложение № 2 к Административному регламенту), с приложением комплекта документов, указанных в п.п. 44, 47 Административного регламента, и уплатой государственной пошлины в размере 350 рублей по реквизитам, указанным на официальном сайте Роскомнадзора. Рассмотрение заявления о внесении изменений в свидетельство о регистрации СМИ осуществляется в течение

Для того чтобы отразить правоприменительную практику в сетевом источнике Роскомнадзора опубликован обзор правоприменительной практики. Самый последний выпуск такой датируется от 19.03.2018 11:35. Среди прочего в данной обзорной компиляции отмечены положения, относящиеся к деятельности СМИ. В качестве примера сводная статистика о надзорных мероприятиях за 2017 год: «В 2017 году территориальными

органами Роскомнадзора было запланировано 1523 мероприятия систематического наблюдения в отношении вещателей (СН Вещ) и 11467 мероприятий государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации, при проведении которых не требуется взаимодействие с контролируруемыми лицами (СН СМИ). Из них отменено: СН Вещ – 61 (по причине прекращения проверяемым лицом деятельности, подлежащей надзору и контролю). СН СМИ – 1218: по причине прекращения деятельности СМИ – 1029; по причине приостановления деятельности СМИ – 184; наступление обстоятельств непреодолимой силы – 5»¹. Так же отражение проведения мероприятий в сфере контроля: «В 2017 году территориальными органами Роскомнадзора проведены мероприятия по контролю без взаимодействия с проверяемыми лицами: СН Вещ – 2272; СН СМИ – 11705. Трудностей с планированием и с оформлением результатов мероприятий не возникало. Территориальные органы при проведении таких мероприятий руководствуются Административным регламентом исполнения Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственной функции по осуществлению государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации, утверждённым Приказом Минкомсвязи России от 13.08.2012 № 196»².

К вопросу о соблюдении обязательных требований текущего законодательства Роскомнадзором представлен следующий аналитический материал: «В 2017 году в отношении 12440 вещателей и редакций СМИ проведены мероприятия по контролю. Нарушения выявлены в деятельности 7649 вещателей и редакций СМИ. Всего в 2017 году в сфере массовых коммуникаций выявлено 12760 нарушений, из них:

¹ Обзор правоприменительной практики по контрольно-надзорной деятельности в 2017 году. URL: https://rkn.gov.ru/docs/1Obzor_pravoprimenitel'noj_praktiki_za_2017_god.docx

² Там же

1) в сфере телерадиовещания – 2646. Виды нарушений: нарушение порядка предоставления обязательного экземпляра – 446; несоблюдение объёмов вещания – 401; нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции средства массовой информации, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию – 368; нарушение порядка объявления выходных данных – 298; неосуществление трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака при демонстрации табачной продукции или процесса её потребления в аудиовизуальной продукции – 289; несоблюдение программной направленности телеканала или радиоканала или нарушение программной концепции вещания – 275; несоблюдение даты начала вещания – 86; несоблюдение требования о вещании указанного в лицензии телеканала или радиоканала – 84; нарушение территории распространения телеканала и радиоканала – 67; нарушение периодичности и времени вещания – 54; неосуществление вещания более 3 месяцев – 36; неосуществление вещания на выделенных конкретных радиочастотах (в случае наземного эфирного, спутникового вещания) – 18.

2) в сфере СМИ – 10114. Виды нарушений: нарушение порядка объявления выходных данных в выпуске средства массовой информации – 1338; непредоставление устава редакции или заменяющего его договора в регистрирующий орган в течение трёх месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) средства массовой информации или нарушение порядка их утверждения и изменения – 1322; неполное, несвоевременное предоставление или непредоставление обязательного экземпляра документов – 1165; нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции средства массовой информации, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию – 711; неуведомление об изменении местонахождения редакции, доменного имени сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для сетевого издания, периодичности выпуска и максимального объёма средств

массовой информации – 680. Также выявлено 3697 случаев невыхода средства массовой информации в свет более одного года»¹.

Отдельное внимание составитель обзора правоприменительной практики уделил наиболее распространенным нарушениям в сфере деятельности СМИ: «Типичными нарушениями в сфере массовых коммуникаций в 2017 году являются: 1) нарушение порядка объявления выходных данных при выпуске средства массовой информации; 2) непредставление устава редакции или заменяющего его договора в регистрирующий орган в течение трёх месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) средства массовой информации или нарушение порядка их утверждения и изменения; 3) неполное, несвоевременное предоставление или непредоставление обязательного экземпляра документов. Стоит отметить, что в 2016 году были аналогичные типичные нарушения, но, вместе с тем, их количество и доля относительно всех видов нарушений законодательства Российской Федерации в сфере массовых коммуникаций существенно сократилась (доля сократилась с 50% до 30%) из-за проведённой в 2017 году профилактической работой с отраслью в данном направлении.

Анализ причин и условий, способствовавших совершению типичных нарушений, показал, что: 1) нарушение порядка объявления выходных данных при выпуске средства массовой информации допускается вследствие недостаточной компетентности сотрудников, вызванной высокой текучестью кадров в медиаотрасли. Кроме того, на формальный подход к исполнению указанного обязательного требования влияет низкий размер административного штрафа; 2) при выявлении непредоставления устава редакции или заменяющего его договора в регистрирующий орган в течение трёх месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) средства массовой информации или при выявлении нарушения порядка их утверждения и изменения в большинстве случаев не удаётся привлечь нарушителей к

¹ Обзор правоприменительной практики по контрольно-надзорной деятельности в 2017 году. URL: https://rkn.gov.ru/docs/1Obzor_pravoprimenitelbnoj_praktiki_za_2017_god.docx

ответственности вследствие истечения сроков давности. Этот срок для таких нарушений составляет 3 месяца с момента его совершения, в связи с чем виновные лица фактически уходят от ответственности. Однако, полагаем, что ситуация должна измениться в 2018 году, так как в Закон о СМИ внесены изменения, позволяющие регистрирующему органу при выявлении нарушений данного вида обращаться в суд в порядке, установленном Кодексом административного судопроизводства Российской Федерации, с заявлением о признании недействительной регистрации СМИ. Ожидается, что ужесточение ответственности в этом случае будет способствовать более внимательному отношению участников медиаотрасли к исполнению указанного обязательного требования в сфере массовых коммуникаций и, в конечном счёте, приведёт к снижению нарушений данного вида.

Представленные нарушения вызваны двумя причинами. Во-первых, человеческий фактор, как в случае с нарушениями порядка объявления выходных данных. Во-вторых, финансовые издержки, возникающие при исполнении указанного обязательного требования в сфере массовых коммуникаций. В некоторых случаях участники медиаотрасли сознательно идут на нарушение, считая при этом, что заплатить штраф выгодней, чем выполнить обязательное требование. Особенно такое мнение бытует у региональных вещателей. В связи с этим с конца 2017 года Роскомнадзором и его территориальными органами организован усиленный контроль над деятельностью такими участниками отрасли – проверка факта направления обязательного экземпляра каждого выпуска СМИ, а при выявлении нарушения — незамедлительное составление протокола об административном правонарушении»¹.

Таким образом, в данном параграфе были представлены правовые основы деятельности Роскомнадзора, а так же краткий обзор рекомендаций контролирующего органа по соблюдению основных требований текущего

¹ Обзор правоприменительной практики по контрольно-надзорной деятельности в 2017 году. URL: https://rkn.gov.ru/docs/1Obzor_pravoprimenitelbnoj_praktiki_za_2017_god.docx

законодательства о деятельности СМИ и правоприменительной практики в отдельных случаях, требующих особого внимания

2.3. Применение законодательства Российской Федерации при осуществлении деятельности журналистов

Деятельность журналистов в силу своей исключительной специфики заслуживает отдельного рассмотрения в рамках применения текущего законодательства. Ранее в работе тезисно были рассмотрены основные правовые аспекты журналистской деятельности. Журналист является отдельным субъектом в системе средств массовой информации. Общая характеристика правового статуса журналистов закреплена в главе 5 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации». Статья 47 представляет нам спектр прав журналиста, которыми он может руководствоваться в ходе своей деятельности. Они были рассмотрены в работе ранее. Наравне с правами для журналиста так же установлен перечень обязанностей, которое лицо обязано выполнять для того, чтобы его деятельность сохраняло статус законности. На основании статьи 49 журналист обязан:

1. соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;
2. проверять достоверность сообщаемой им информации;
3. удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
4. сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;
5. получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей;

6. при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино - и фотосъемки;
7. ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;
8. отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;
9. предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста;

Для свободного доступа к освещению деятельности, связанной с функционированием органов местного самоуправления, учреждений, государственных органов, политических партий и движений журналистам присваивается аккредитационный статус. Статья 48 Закона РФ «О средствах массовой информации» устанавливает определение аккредитации с позиции законодателя: «Редакция имеет право подать заявку в государственный орган, орган местного самоуправления, организацию, учреждение, орган общественного объединения на аккредитацию при них своих журналистов. Государственные органы, органы местного самоуправления, организации, учреждения, органы общественных объединений аккредитуют заявленных журналистов при условии соблюдения редакциями правил аккредитации, установленных этими органами, организациями, учреждениями. Аккредитовавшие журналистов органы, организации, учреждения обязаны предварительно извещать их о заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, обеспечивать стенограммами, протоколами и иными документами, создавать благоприятные условия для производства записи. Аккредитованный журналист имеет право присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых аккредитовавшими его органами, организациями, учреждениями, за исключением случаев, когда

приняты решения о проведении закрытого мероприятия. Журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией нарушены установленные правила аккредитации либо распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда. Аккредитация собственных корреспондентов редакций средств массовой информации осуществляется в соответствии с требованиями настоящей статьи»¹.

Процесс добычи информации в ходе деятельности журналиста не ограничивается получением сведений из открытых источников. Зачастую, приходится применять и методы закрытого характера, как например, ведение скрытой записи. Законодательством допускается применения таких методов, если они не нарушают следующие условия:

1. если это не нарушает конституционных прав и свобод человека и гражданина;
2. если это необходимо для защиты общественных интересов и приняты меры против возможной идентификации посторонних лиц;
3. если демонстрация записи производится по решению суда.

Права журналиста в рамках существующего законодательства – это определяющие принципы неприкосновенности лица в ходе выполняемой им работы. Права определяют свободу действий и необходим механизм, который будет ограничивать допустимое от злоупотребления. Статья 51 Федерального Закона «О средствах массовой информации» устанавливает запрет на злоупотребления правами журналиста во избежание нарушений в рамках действующего законодательства: «Не допускается использование установленных настоящим Законом прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации. Запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан»¹. В статье 52 рассматриваемого закона установлен круг лиц, на которых в соответствии со статусом журналиста распространяется вся совокупность обязанностей и прав. Статус журналиста со всеми последующими правовыми характеристиками распространяется на штатных сотрудников редакций, занимающихся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для многотиражных газет и других средств массовой информации, продукция которых распространяется исключительно в пределах одного предприятия (объединения), организации, учреждения.

В настоящее время существует дискуссионная тема, разворачивающаяся вокруг так называемого Кодекса этики журналистов. В России он принят только на уровне журналистского сообщества, а именно Союзом журналистов России. В виду небольшого объёма самого документа, приведём его в данной работе:

1. Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе, принятие, одобрение и соблюдение которого является неременным условием для его членства в Союзе журналистов России.
2. Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было.
3. Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения

¹Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений. Журналист обязан четко проводить в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предположения, в то же время в своей профессиональной деятельности он не обязан быть нейтральным. При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не предоставлять информацию и не отвечать на задаваемые им вопросы - за исключением случаев, когда обязанность предоставлять информацию оговорена законом. Журналист рассматривает как тяжкие профессиональные преступления злонамеренное искажение фактов, клевету, получение при любых обстоятельствах платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации; журналист вообще не должен принимать, ни прямо, ни косвенно, никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера. Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати. Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенных за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было хотя бы частично искажено против его воли.

4. Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении источника информации, полученной конфиденциальным путем. Никто не может

принудить его к раскрытию этого источника. Право на анонимность может быть нарушено лишь в исключительных случаях, когда имеется подозрение, что источник сознательно искажил истину, а также когда упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей. Журналист обязан уважать просьбу интервьюируемых им лиц не разглашать официально их высказывания.

5. Журналист полностью осознает опасность ограничения, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. Выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии политических или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения. Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека. Он воздерживается от публикации таких сведений, за исключением случаев, когда эти обстоятельства напрямую связаны с содержанием публикуемого сообщения. Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей. Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное. В своих сообщениях он воздерживается называть по именам родственников и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса. Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к

установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних. Только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения.

6. Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности. Журналист осознает, что его профессиональная деятельность прекращается в тот момент, когда он берет в руки оружие.
7. Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения. Само сочетание журналистской и рекламной деятельности считается этически недопустимым. Журналист не должен использовать в личных интересах или интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.
8. Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции. Журналист избегает ситуаций, когда он мог бы нанести ущерб личным или профессиональным интересам своего коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на условиях заведомо менее благоприятных в социальном, материальном или моральном плане. Журналист уважает и заставляет уважать авторские права, вытекающие из любой творческой деятельности. Плагиат

недопустим. Используя каким-либо образом работу своего коллеги, журналист ссылается на имя автора.

9. Журналист отказывается от задания, если выполнение его связано с нарушением одного из упомянутых выше принципов.
10. Журналист пользуется и отстаивает свое право пользоваться всеми предусмотренными гражданским уголовным законодательством гарантиями защиты в судебном и ином порядке от насилия или угрозы насилием, оскорблений, морального ущерба, диффамации»¹.

Как мы видим, в данном документе установлены основополагающие принципы деятельности журналиста с точки зрения морально-этических норм, а так же стандартов. Однако, наша работа в первую очередь на рассмотрение правового поля, имеющего силу государственного обеспечения. А кодекс журналистской этики является не более, чем документом локального характера в пределах журналистского сообщества. Однако, многие положения из представленного материала находят отражения в Законе «О средствах массовой информации».

В ряде стран так же существует аналоги данного кодекса, принятые различного рода журналистскими инстанциями. Например, в США данный документ называется Этический кодекс ассоциации журналистов электронных СМИ RTNDA. В нём так же предписаны различного рода правила поведения журналиста, а так же морально-этические требования к его персональным качествам и поведению, которыми он должен руководствоваться в процессе работы. В странах СНГ тоже существуют подобные регламенты. В Белоруссии принят Кодекс Профессиональной этики журналиста Республики Беларусь. Сущность данного документа указана в преамбуле: «Задачей этого Кодекса является определение основных моральных ориентиров, которыми должен руководствоваться журналист при осуществлении своих профессиональных обязанностей, с тем чтобы его

¹Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista>

деятельность не противоречила справедливым интересам тех лиц, которые пользуются результатом его работы, а также граждан, коллег и организаций, с которыми он вступает в контакт в процессе сбора, обработки и распространения информации. Настоящий Кодекс является также пособием при рассмотрении дел о нарушениях принципов и норм журналистской этики. Положения этого Кодекса распространяются на членов Союза журналистов Беларуси, штатных творческих работников редакций средств массовой информации, а также лиц, занимающихся журналистской деятельностью по поручению редакций или на иных законных основаниях»¹.

Ещё одним важным явлением для деятельности журналистов в рамках законодательства является вступление в силу 29 марта 2019 года закона «о фейковых новостях». В соответствии с данным законом в юридический оборот включается новая категория – недостоверная информация, которая по мнению законодательства является «недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений, которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи»². Соответственно за распространение таких сведений будет наступать материальная ответственность в виде штрафа для граждан от 30 тыс. до 100 тыс. рублей; для должностных лиц – от 60 тыс. до 200 тыс. рублей; для юридических лиц – от 200 тыс. до 500 тыс. рублей. Данное нововведение породило масштабный диалог между представителями журналистики, общественности и

¹Международные стандарты профессиональной этики журналистов : учеб.-метод. пособие / сост. А. В. Байчик, Ю. В. Курышева, С. Б. Никонов. — СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2012. — С.28.

²Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ Об информации, информационных технологиях и о защите информации - Российская газета - Федеральный выпуск № 0(4131)

государственных органов. Однако, об этом будет рассмотрено в работе позднее.

Таким образом, в данном параграфе были рассмотрены основные закономерности в области практического применения законодательства по отношению к деятельности журналистов в системе средств массовой информации. Данная тема не является окончательно рассмотренной, поскольку далее в работе будут исследованы тенденции, связанные с данной спецификой правового регулирования.

Глава 3. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

3.1. Актуальные проблемы применения законодательства о деятельности СМИ

Применение законодательства о средствах массовой информации вызывает большое количество вопросов и споров. Об этом рассуждают исследователи-правоведы, общественные деятели, а так люди, связанные непосредственно с работой в области средств массовой информации.

В качестве первой проблемы на сегодняшний день можно определить тезис об идентификации Интернет-СМИ в системе текущего законодательства. На данный момент средства массовой информации соответствуют технологическим требованиям времени и помимо традиционных форм действуют и в виду прогрессивных (подразумевается Интернет-вещание). Как раз последнему посвящено большинство вопросов касаясь практики применения. Например, автор статьи «Проблемы правового регулирования интернет-СМИ» А.В. Минбалеев. Данная работа посвящена определению тех субъектов СМИ, которые распространяют своё действие в сети Интернет на фоне актуального законодательства. Первая проблема, связанная с данным тезисом – это понятийный аппарат. Автором статьи проводится анализ наименований всех видов СМИ. Так А.В. Минбалеев пытается установить наиболее точное описательное определение для тех распространителей, которые работают через Интернет ресурсы. Исследования в данной статье так же приходят к некоторым выводам, что и сам Интернет, как площадка информационного толка вполне допустимо признать отдельным видом СМИ. Как уже было сказано, сетевые СМИ в разгар своего развития обзавелись многообразными формами. Поэтому в данной статье ведутся рассуждения о присвоении Интернету статуса средств массовой информации. Это объясняется тем, что сетевые ресурсы

располагают большим количеством информации и в принципе выступают, как каналы её распространения, а, следовательно, исходя из этих условий считается возможным признать глобальную сеть новым видом средств массовой информации¹.

Важно отметить, что проблема позиционирования Интернет-СМИ одной из ведущих в сфере обсуждений. То есть в данном случае мы говорим конкретно о том, как правильно применять такой фундаментальный закон в сфере деятельности средств массовой информации, как Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». Тема разделения традиционных СМИ и Интернет-площадки выносилась на рассмотрение Верховного Суда Российской Федерации. Так на основании Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 г. N 16 г. Москва «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», а именно пункта 6 данного документа определяется правовое положение Интернет-СМИ, а так же принцип идентификации данной формы распространения информации: «Периодическое распространение массовой информации может осуществляться через телекоммуникационные сети (информационно-телекоммуникационные сети), в том числе через сеть Интернет. При рассмотрении дел о распространении массовой информации через такие сети судам необходимо учитывать следующее. В соответствии с частью 2 статьи 24 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" правила, установленные данным Законом для радио- и телепрограмм, применяются в отношении периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное. Положения Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" могут применяться к этим отношениям

¹ Закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460

только с учетом особенностей распространения информации через такие сети (например, отсутствия продукции средства массовой информации, указанной в абзаце шестом части 1 статьи 2 этого Закона - тиража или части тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельного выпуска радио- и телепрограммы, тиража или части тиража аудио- или видеозаписи программы).

Следует учитывать, что к сообщениям и изображениям, составляющим содержание сайта в сети Интернет, любое лицо может иметь доступ из любого места и в любое время по своему выбору при условии наличия соответствующих устройств и возможности подключения к сети. В силу статей 8, 10 и 11 названного Закона вопросы государственной регистрации средства массовой информации поставлены в зависимость от распространения продукции средства массовой информации. Поскольку при распространении массовой информации через сайты в сети Интернет отсутствует продукция средства массовой информации, то по действующему законодательству сайты в сети Интернет не подлежат обязательной регистрации как средства массовой информации. Это означает невозможность привлечения лиц, осуществляющих распространение массовой информации через сайты в сети Интернет, к ответственности за изготовление или распространение продукции незарегистрированного средства массовой информации. Лица, допустившие нарушения законодательства при распространении массовой информации через сайты в сети Интернет, не зарегистрированные в качестве средств массовой информации, несут уголовную, административную, гражданско-правовую и иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации без учета особенностей, предусмотренных законодательством о средствах массовой информации. Согласно статье 1 Закона Российской Федерации 21241-1 "О средствах массовой информации" свобода массовой информации включает в себя и право любого лица учредить средство массовой информации в любой не запрещенной законом форме. Создание

сайтов в сети Интернет и использование их для периодического распространения массовой информации законодательством не запрещено. С учетом этого, а также исходя из установленного частью 1 статьи 13 названного Закона исчерпывающего перечня оснований для отказа в государственной регистрации средства массовой информации, регистрирующий орган не вправе отказать в регистрации сайта в сети Интернет в качестве средства массовой информации, если его учредитель выразит желание получить такую регистрацию.

Статьей 27 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" предусмотрено обязательное указание выходных данных. С учетом особенностей распространения информации в выходных данных сайта в сети Интернет, зарегистрированного в качестве средства массовой информации, должны, в частности, указываться зарегистрировавший его орган и регистрационный номер. Отсутствие этих данных может служить основанием для привлечения лиц, осуществляющих периодическое распространение массовой информации через сайты в сети Интернет, зарегистрированные в качестве средств массовой информации, к ответственности за нарушение порядка объявления выходных данных средства массовой информации.

Получение лицензии на вещание необходимо в случае использования технических средств эфирного, проводного или кабельного телерадиовещания для распространения продукции средств массовой информации (статья 31 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации"). Поскольку такие технические средства не используются при распространении массовой информации через сайты в сети Интернет, то получение лицензии на вещание лицом, осуществляющим распространение массовой информации через сайт в сети Интернет, не требуется. При рассмотрении дел, связанных с распространением массовой информации через телекоммуникационные сети (в том числе через сайты в сети Интернет), судам необходимо иметь в виду, что положения части 2 статьи 24

Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" распространяют на эти случаи, только установленные данным Законом правила в отношении радио- и телепрограмм. В частности, это означает, что к сайтам в сети Интернет не применяются правила распространения рекламы в теле- и радиопрограммах, установленные Федеральным законом «О рекламе». Вместе с тем общие правила распространения рекламы в средствах массовой информации, установленные этим Федеральным законом, подлежат применению к сайтам в сети Интернет, зарегистрированным в качестве средств массовой информации, с учетом особенностей распространения информации через такие сети»¹.

Следующей актуальной проблемой является ответственность СМИ за распространение информации, достоверность которой не является подтвержденной. В последнее время появилось множество новых нормативно-правовых актов, регулирующих информационное пространство и деятельность СМИ в целом. Ранее в данной работе мы уже рассматривали положение о недостоверной информации или «закон о фейковых новостях». Однако, в данном параграфе речь пойдет о проблеме применения этого закона. Проблематика механизма данной инициативы вызывает дискуссию на различных уровнях. Председатель правления Ассоциации юристов России Владимир Груздев в своём интервью «Российской газете» дал своё представление касательно действия и перспектив данного законодательного акта: «Что же касается ответственности за распространение недостоверной информации, предусмотренной проектом в КоАП, то формулировки закона достаточно конкретны и вводят дифференцированную ответственность за фейк в зависимости от наступающих последствий. Если распространение информации создало угрозу жизни и здоровью граждан, угрозу массовых беспорядков, будет одно наказание. Если же распространение фейка создало помехи в работе объектов жизнеобеспечения, предусмотрено более строгое

¹ Не выдумывайте! Как будет работать закон по борьбе с фейковыми новостями - Российская газета Федеральный выпуск № 54(7812) от 12.03.2019 URL: rg.ru/2019/03/12/vladimir-gruzdev-problema-fejkovyh-novostej-internacionalna.html

наказание. Сегодня во многих странах задумались об этом. В Италии полиция запустила онлайн-сервис, с помощью которого граждане могут проверять подлинность новостей. В Германии недавно был принят закон, обязывающий администраторов соцсетей оперативно обрабатывать жалобы на содержание опубликованного контента, удалять нарушающие законодательство записи и комментарии. "Очевидно преступные" высказывания, направленные на разжигание ненависти, клевета или фейковые новости и т.п. должны быть удалены или заблокированы в течение 24 часов с момента поступления жалобы. Так что проблема «фейковых» новостей интернациональна. Во всем мире ищут пути ее решения. Необходимо разрабатывать новые правовые меры. Над этим работают во многих странах. В свою очередь Ассоциация юристов России обязательно будет проводить мониторинг правоприменительной практики: очень важно, чтобы никто из добропорядочных граждан не пострадал, журналисты могли выполнять свою работу без опасений получить несправедливые обвинения»¹.

Председатель комитета Государственной думы по информационной политике, информационным технологиям и связи Леонид Левин в интервью Российской Газете прокомментировал механизм действия данного законодательного решения: «В России эта проблема некоторое время не замечалась обществом - до тех пор, пока печальные события в Крымске и Кемерово не высветили необходимость противодействия фейкам, которые распространяются в современном цифровом пространстве быстрее, чем эпидемия гриппа. Принятые законы являются первым шагом для выстраивания системы мер, защищающей общество от манипулирования мнением и намеренных провокаций. По сравнению с текстом первого чтения внесен ряд уточнений. В частности, определено, что распространение недостоверной информации должно нести реальную угрозу причинения вреда жизни или здоровью граждан, либо создавать помехи работе

¹ Не выдумывайте! Как будет работать закон по борьбе с фейковыми новостями - Российская газета Федеральный выпуск № 54(7812) от 12.03.2019 URL: rg.ru/2019/03/12/vladimir-gruzdev-problema-fejkovyh-novostej-internacionalna.html

стратегически важной инфраструктуры. Кроме того, для попадания под действие законов необходимо, чтобы такая информация распространялась под видом достоверной, то есть с сознательным умыслом. Согласно принятым законам, ответственность за умышленное распространение «фейковых» новостей предусмотрена как для отдельных граждан, так и для всех типов СМИ, включая государственные, вне зависимости ВГТРК или "Дождь", "Российская газета" или "Новая газета". При этом традиционные СМИ (то есть имеющие лицензию либо свидетельство) были выведены из-под действия закона о блокировке «фейковой» информации»¹.

В одном из своих интервью Директор Центра защиты прав СМИ Галина Арапова Агентству социальной информации предложила свой экспертный анализ механизма закона. Напомним, что обновлённое законодательство вводит новый механизм борьбы с недостоверной информацией: определять степень соответствия информации объективным фактам будет генеральный прокурор РФ и его заместители. В том случае, если прокурор решит, что информация, которая к нему поступила, подпадает под признаки недостоверной, им будет принято решение о незамедлительной блокировке ресурса.

Агентство социальной информации приводит следующие слова Араповой Галины: «Это означает, что не будет времени на то, чтобы проверять достоверность этой информации. Генеральный прокурор не будет заниматься фактчекингом. А мы, как юристы, работающие в судах, знаем, что проверка информации на достоверность занимает месяцы: необходимо представить доказательства, допросить свидетелей, истребовать надлежащие копии документов и так далее. Но, согласно этому закону, у автора публикации не будут спрашивать, есть ли у него доказательства достоверности этих сведений»². В целом медиаюрист считает, что

¹ Не выдумывайте! Как будет работать закон по борьбе с фейковыми новостями - Российская газета Федеральный выпуск № 54(7812) от 12.03.2019

² Инструкция: как понимать закон о фейковых новостях – Агентство Социальной Информации, URL: <https://www.asi.org.ru/article/2019/04/15/instruktsiya-kak-ponimat-zakon-o-fejkovyh-novostyah/>

применение этого закона связано с вероятностью признания практически любой информации по решению прокурора недостоверной. И здесь говорится не только о издательской деятельности или журналистике, а об сфере коммуникаций вообще. Но не смотря на столь скептическое отношение к новому нормативно-правовому механизму, Галина Арапова склонна полагать, что конкретные выводы, как о специфике действия нового законодательного инструмента, так и прогнозировать эффективность пока рано.

Так же к критике нового пакета документов об недостоверной информации присоединился Совет при Президенте РФ по правам человека. Его представители выразили свою позицию следующим образом: «Как показывает практика, оптимальным способом противодействия распространению недостоверной информации (так называемых фейковых новостей) по общественно значимым темам является оперативное предоставление обществу официальными органами власти максимально полной информации, а также наличие независимых экспертных мнений. А принятие управленческих решений без должного общественного обсуждения лишь повысит социальную нестабильность в обществе»¹.

Не осталось в стороне и изучение общественного отношения к данному нормативному новшеству. Всероссийский центр исследования общественного мнения провёл опрос на предмет собственного отношения к введению законодательных норм о недостоверных новостях. В итоге были получены следующие результаты: «Больше половины россиян (57%) считают, что после вступления в силу законопроекта о наказании за «фейковые» новости, в интернете и СМИ станет меньше недостоверной информации. По мнению 29% респондентов, количество недостоверных новостей не изменится (среди 18-24-летних подобную позицию выразили 38%). 4% участников опроса полагают, что количество фейковых новостей

¹ Эксперты СПЧ раскритиковали законы о наказаниях за фейковые новости и неуважение к власти - Агентство Социальной Информации. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/03/11/fejk-novosti-spch/>

увеличится. О законе, предусматривающем наказание за распространение недостоверной информации, знают 78% россиян, отметили во ВЦИОМ. 83% респондентов ответили, что в России нужен закон за распространение недостоверных сведений. При этом почти половина опрошенных (49%) ответили, что «фейковые» новости возможно отличить от достоверных. Среди опрошенных в возрасте от 18 до 24 лет доля выразивших подобное мнение составила 65%. 42% респондентов заявили, что недостоверные новости от содержащих правдивые сведения отличить нельзя»¹.

По состоянию на настоящее время мы можем говорить о том, что основные проблемы в области практики применения законодательства о СМИ выражаются в идентификации места сетевой формы такой деятельности в системе отраслевого законодательства Российской Федерации. Помимо этого нововведения, затрагивающие специфику деятельности СМИ, вызывают большое количество вопросов, а как следствие и резонансные обсуждения. Именно об этом велась речь в данном параграфе. О возможных путях решения будет рассмотрено в дальнейшем.

3.2. Направления совершенствования законодательства о деятельности СМИ

В ходе рассмотрения темы данной работы были выявлены существующие проблемы практического применения законодательства о деятельности СМИ, направления совершенствования которого хотелось бы предложить.

Проблема идентификации Интернет-СМИ может быть решена разработкой отдельного документа или же внесением изменений в действующий закон о деятельности СМИ. Изменения могут быть выражены а разработке и включении отдельной части документа (главы или раздела)

¹ ВЦИОМ: больше половины россиян считают эффективным закон о наказании за фейковые новости – Новая Газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2019/03/21/150197-vtsiom-bolshe-poloviny-rossiyan-schitayut-effektivnym-zakon-o-nakazanii-za-feykovye-novosti>

полностью посвященной сетевым ресурсам, которые осуществляют информационную деятельность. Прописать законодательное определение СМИ в Интернете, установить статус характерный не только для их деятельности, но и пространства, в котором они функционируют. Темпы развития технологий сетевого издательства и журналистики очень высоки и в ближайшее время данная сфера может не просто шириться, но и трансформироваться в отдельную отрасль деятельности СМИ. Соответственно очень важно своевременно разработать необходимые изменения в законодательстве, которые позволят гибко и динамично изменяться с развитием технологической части функционирования СМИ.

В качестве вполне конкретного предложения можно внести изменения в действующий Закон РФ «О деятельности средств массовой информации». Изменения выступят в виде создания новой главы со спецификой регулирования тех СМИ, что действуют исключительно в цифровом поле. В данной главе будет ссылка на общие положения акта с установленным конкретным нормативным определением Интернет-СМИ. В рамках правового статуса будут установлены характерные черты, права и обязанности учредителей, редакторов и ведущих авторов интернет-агрегаторов. Вспоминая ранее существовавший так называемый «Закон о блогерах», который являлся поправкой в Федеральном законе от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и выражался присвоением статуса СМИ блогерам, число подписчиков которых достигало выше 3000 человек. Данная инициатива начала действовать с 2014 года и утратила юридическую силу в 2017 году. Пользуясь фактом широкого охвата блога-сферы среди аудитории, а так же опытом применения в этой сфере законодательства, необходимо в изменениях к Закону РФ «О средствах массовой информации» добавить и регулирование аспектов информационной деятельности блогеров. В рамках данной инициативы имеется ввиду регулирование деятельности блогеров, как СМИ, исходя из контента, который они производят.

Вторая проблема, которую мы отмечали в работе – это ответственность за информацию, достоверность которой не подтверждена. Сложность вызывает именно определение характера недостоверности. Для того, чтобы наиболее объективно соотнести имеющуюся информацию и действительность необходимо проводить точный анализ. В таком случае стоит обратиться к существовавшей когда-то в России практики деятельности Судебной палаты по информационным спорам при Президенте Российской Федерации, которая существовала в период с 1993 – 2000 год. Предлагается не возрождать конкретно данный орган в рамках современного правового регулирования, а воспользоваться концептуальным прообразом. Таким образом, в систему можно внедрить уполномоченный орган, который будет состоять исключительно из профессионалов в области информационной деятельности (юристы, журналисты, редакторы, издатели), целью которых будет оценка нарушения тех же субъектов из системы СМИ с дальнейшим решением или рекомендацией о наложении санкций, в том числе и блокировок. Так же данная инициатива может оказаться крайне полезной в рамках решений проблем с применением законодательства о фейковых новостях, поскольку определение доли содержания недостоверности и общественной опасности в информационном контенте требует анализа со стороны специалистов различных отраслей профессиональной деятельности. И не только для решения данной проблемы может выступить предлагаемая инициатива. Подобный орган, по мнению автора работы, значительно облегчит решение острых правовых проблем, возникающих в отношениях по обороту информации в существующих каналах.

Таким образом, стоит отметить, что наряду с существующими проблемами вполне найти и решения. В данном параграфе предложены пути исправления текущих недостатков в рамках наиболее ярких спорных моментов в практике применения законодательства о средствах массовой информации. С учётом стремительного роста новых форм СМИ важно

отметить необходимость регулярного анализа тенденций изменения и разработки законотворческих решений для своевременного устранения возможных недостатков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По завершению работы мы изучили элементы, связанные со спецификой самой деятельности средств массовой информации, а так же её правового регулирования.

Исходя из анализа законодательной и теоретической базы мы определили, что же на основании нормативной регламентации является средствами массовой информации, а так же на какие виды и формы они разделяются. В рамках изучения данной темы мы отвели особое внимание деятельности отдельного субъекта - журналиста. Для того, чтобы наиболее точно проследить за всеми условностями нормативно-правового регулирования деятельности СМИ были рассмотрены фундаментальные в данной области правовые документы: Конституция Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». В область изучения правового регламента деятельности СМИ вошли основные понятия, правовой статус и отличительные особенности субъектов данной системы. Очень важно было изучить не только правовую характеристику всех субъектов, задействованных в деятельности по распространению информации. Для этого нами был проведён анализ порядка создания и регистрации средства массовой информации. Так же были рассмотрены правовые основания деятельности Роскомнадзора в рамках контрольных процедур.

Данная тема является не только фиксацией имеющихся правовых положений в рамках деятельности СМИ, но так же и результатом исследования тенденций и закономерностей практики применения закона. Таким образом, исходя из работы, мы имеем представление о том, как складывается практика применения действующего законодательства, какие существуют при этом проблемы. Всё это выражено в компиляции позиций законодателя, государственных органов, а так же общественного мнения. Оценка перспектив развития так же выражается в предложении конкретных

путей решения. В данной работе представлены возможный вектор работы для того, чтобы снизить риск развития проблем в практике применения законодательства. Среди основных методов решения коллизий, возникающих в области применения законодательства, предлагается внесение правок в действующие нормативные акты по части регулирования правового статуса сетевых СМИ. Так же, необходимо решить вопрос о процедурности и наложения санкций в виде блокировки, для этого мы вспомнили опыт наличия в 1993-2000 годах судебной палаты по решению информационных споров.

Таким образом, в данной работе были решены все поставленные задачи как в изучении теоретической части, так и рассмотрении практики и предложения средств решения имеющихся проблем в области законодательств о деятельности СМИ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации от 25.12.1993, с изменениями от 09.01.1996, 10.02.1996, 09.06.2001 // Собрание Законодательства Российской Федерации, Выпуск № 31, 2014 г. ст. 4398
2. Федеральный закон РФ от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №53 от 31 декабря 2018 года (Часть I), ст. 8460
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 108-ФЗ «О рекламе» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №30 от 24 июля 1995 года, ст. 2864
4. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2214
5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. N 195-ФЗ // Собрание Законодательства Российской Федерации, №18 от 6 мая 2019 года, ст. 2219
6. Уголовный Кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. N 63-ФЗ // Российская газета – Федеральный выпуск от 8 июня 2010 г.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. Федеральный закон Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. N 51-ФЗ // Российская Газета – Федеральный выпуск от 22 мая 2008 г.
8. Гражданский кодекс Российской Федерации от 26 января 1996 года N 14-ФЗ Часть вторая – Федеральный выпуск от 22 мая 2008 г.
9. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 г. N 3 г. Москва О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц // Российская газета - Федеральный выпуск № 0(3719) от 15 марта 2005 г.

10. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 4 декабря 2014 г. N 16 г. Москва "О судебной практике по делам о преступлениях против половой неприкосновенности и половой свободы личности" // Российская газета - Федеральный выпуск № 284(6556) от 12 декабря 2014 года.
11. Бачило, И. Л. Информационное право : учебник для академического бакалавриата / И. Л. Бачило. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. 419 с.
12. ВЦИОМ: больше половины россиян считают эффективным закон о наказании за фейковые новости - Новая Газета, (Электронный ресурс) URL: <https://www.novayagazeta.ru/news/2019/03/21/150197-vtsiom-bolshe-poloviny-rossiyan-schitayut-effektivnym-zakon-o-nakazanii-za-fejkovye-novosti> (дата обращения: 11.04.2019)
13. Инструкция: как понимать закон о фейковых новостях – Агентство Социальной Информации, (Электронный ресурс) URL: <https://www.asi.org.ru/article/2019/04/15/instruktsiya-kak-ponimat-zakon-o-fejkovyh-novostyah/> (дата обращения: 11.04.2019)
14. Кодекс профессиональной этики российского журналиста Союза журналистов России. Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года. (Электронный ресурс) URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/633-kodeks-professionalnoj-etiki-rossijskogo-zhurnalista> (дата обращения: 11.04.2019)
15. Куликова С.А. Информационное право России: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» и «Прикладная информатика в юриспруденции» - Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2010. 196 с.
16. Международные стандарты профессиональной этики журналистов : учеб.-метод. пособие / сост. А. В. Байчик, Ю. В. Курышева, С. Б. Никонов. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2012. 250 с.

17. Минбалеев А. В. Проблемы правового регулирования Интернет-СМИ // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. 2010. №5 (181).
18. Не выдумывайте! Как будет работать закон по борьбе с фейковыми новостями - Российская газета, Федеральный выпуск № 54(7812)
19. Общая теория государства и права : учебник / под ред. С.Ю. Наумова, А.С. Мордовца, Т.В. Касаевой. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. 392 с.
20. Ожегов С.И., Толковый словарь русского языка: около 100000 слов, терминов и фразеологических выражений – Москва: Издат-во «Мир и образование», 2000. 736 с.
21. Рассолов Илья Михайлович, Информационное право: учебник для бакалавров – Москва: Проспект, 2015. 230 с.
22. Рекомендации по соблюдению отдельных требований действующего законодательства Российской Федерации в сфере массовых коммуникаций для редакций сетевых изданий. (Электронный ресурс) URL: https://12.rkn.gov.ru/docs/12/Rekomendacii_dlja_redakcij_setevykh_izdaniij.docx (Дата обращения: 11.04.2019)
23. Сойников С. А. Актуальные проблемы законодательства о средствах массовой информации // Вестник Московского университета МВД России. 2009. №1.
24. Эксперты СПЧ раскритиковали законы о наказаниях за фейковые новости и неуважение к власти - Агентство Социальной Информации. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2019/03/11/fejk-novosti-spch/> (дата обращения: 11.04.2019)