

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 2017.09.11 11:17

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabb173e945d14a4851fda56d069

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики



ДЕОНТОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Методические указания
к практическим занятиям и СРС для преподавателей и студентов
направления подготовки 42.04.02 Журналистика

Курск 2017

УДК 070 (076.5)

Составитель Е.А. Беспалова

Рецензент

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

Деонтология журналистики: методические указания к практическим занятиям и СРС / Юго-Зап. гос. ун-т; сост. Е.А. Беспалова. Курск, 2017. 83 с. Библиогр.: с. 83.

Методические указания предназначены для подготовки к практическим занятиям и СРС по дисциплине "Деонтология журналистики", содержат систему вопросов для углубления теоретических знаний, вопросы для самоподготовки студента, дополнительный теоретический материал и выстроенную систему практических заданий, обеспечивающих формирование и закрепление знаний и навыков по изучаемой дисциплине.

Методические указания соответствуют требованиям программы, утвержденной учебно-методическим объединением по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

Для преподавателей и студентов направления подготовки 42.04.02.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 15.12.17 . Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. 4,8 Уч.-изд.л.4,4 . Тираж 100 экз. Заказ . Бесплатно.
Юго-Западный государственный университет.
305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

ВВЕДЕНИЕ

Деонтология как система знаний о «должном» поведении журналиста, о его «нравственных параметрах», о взаимоотношениях между людьми не вошла в практический профессиональный обиход в достаточной мере. В университетских программах не было деонтологии журналистики, она не изучалась в высших учебных заведениях как самостоятельная дисциплина, и только недавно в программе магистратуры деонтологии было отведено отдельное место. То, что медиасообщество нуждается сегодня в четком понимании системы саморегуляции, неоспоримо: свобода печати уже давно воспринимается множеством журналистов как вседозволенность, а СМИ в большинстве своем перестали выполнять консолидирующие и просветительские функции.

Необходимость построения представленной системы практических занятий в значительной степени определяется спецификой самого курса «Деонтология журналистики», который входит в систему вузовской профессиональной подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика.

Основной целью практических занятий является формирование у студентов понимания важности деонтологии как науки о долге и ответственности, соблюдении правовых и этических основ журналистики.

Последовательность практических занятий определяется программой дисциплины, имеющей практическую направленность и не включающей лекционные занятия.

Практические занятия направлены на формирование профессиональных компетенций, а также на раскрытие сущности деонтологии как свода правовых и этических норм, регулирующих профессиональное поведение журналиста, формирующих его профессиональное сознание и отношение к своим обязанностям, понимание долга и социальной ответственности, т.е. на формирование знаний принципов деонтологии и развитие умения соблюдать эти принципы в профессиональной деятельности.

В рамках предлагаемой системы практических занятий происходит актуализация проблемно-деятельностного подхода к журналистскому образованию, в частности, к овладению правовой и этической культурой, применению и актуализации полученных знаний в редакционной работе.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1

Деонтология журналистики как наука и учебная дисциплина.

Медиаправо в системе деонтологии журналистики

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Понятия «этика» и «мораль». Роль этики в современном мире. Основные виды традиционной этики: этика долга (деонтология), этика добра (аксиология). История деонтологии (в медицине, юриспруденции, журналистике). Понятие о должном в профессии как основа деонтологии. Теория социальной ответственности. Проблема морального выбора. Понятие о терминах, используемых применительно к деонтологии журналистики. Понятие о массово-информационном праве как специфической подотрасли права. Источники законодательства о СМИ. Международные и отечественные правовые нормы о свободе слова, свободе массовой информации и свободе выражения мнения.

Цель: формирование теоретических знаний о деонтологии как учебной дисциплине, о месте медиаправа в системе деонтологии журналистики, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

рассмотрение основных понятий и положений изучаемой учебной дисциплины;

знакомство с основными видами традиционной этики, с особенностями профессиональной этики и морали в журналистике;

изучение деятельности М.В. Ломоносова как создателя первого журналистского стандарта;

раскрытие роли гуманистических ценностей современного общества в развитии цивилизации;

развитие аналитических способностей студентов, расширение представлений о дисциплине и направлении подготовки в целом;

воспитание интереса к будущей специальности и профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Объяснение теоретического материала занятия, введение основных понятий.

Развитие информационных технологий привнесло в сферу распространения информации не только плюсы, но и минусы. Если еще

совсем недавно монополией на передачу информации обладали только СМИ (газеты, журналы, телевидение, радио), то теперь практически любой может при помощи Интернета передать миру любую информацию. Это следствие очередного освобождения текста, и именно оно стремительно разрушило устоявшуюся модель передачи информации, ее отбора и редактирования. Новые возможности ее производства и распространения изменили мир кардинально. Это первая адаптема современного медиасообщества, которую нельзя не учитывать. Адаптема (по определению Андрея Мирошниченко) – ключевой фактор неизбежных изменений, осознание которого позволяет привыкнуть к будущему и управлять настоящим. Одна из адаптем и объясняет, какую роль сыграло третье освобождение текста. Мирошниченко выделяет три периода глобального освобождения текста. Первое – создание демотического письма в Древнем Египте. «Это было освобождение письменности. Письмо стало доступно за пределами дворцов и храмов. В результате они утратили монополию на информацию. Процесс шел несколько столетий и привел к крушению царств. Следом выросли новые цивилизации, вооруженные фонетическим письмом: Греция захватила умы, а Рим – земли. Второе освобождение текста связано с Гутенбергом. Печать удешевила книги, дала простым людям доступ к Библии. Это было освобождение чтения. Началась Реформация, последовали религиозные войны, политические революции, научно-технический прогресс. Возникло современное общество. Сегодня мы переживаем третье освобождение текста – освобождение авторства. Компьютеры, объединенные в сеть, дали любому человеку ничем не ограниченное право сообщать другим свои мысли» [Мирошниченко А. Адаптемы медиа. Закат отрасли, расцвет навыка <http://slon.ru>].

Можно сказать, что произошло не просто освобождение текста, а абсолютное его освобождение. В медийное пространство, наряду с качественной информацией, ежесекундно вбрасываются компромат, клевета, оскорбления, мат, непристойные фотографии, видеоролики, безграмотные реплики и грубые комментарии, бездоказательные обвинения и т. д. Мутный поток не знает преград. Он сметает все на своем пути. Освобождение текста обернулось кабалой, а то и духовной гибелью для миллионов. Многие, правда, даже не замечают, что подхвачены грязным потоком, он стал для большинства обычной средой обитания. Произошла подмена истинных ценностей мнимыми. И с каждым днем этот поток набирает мощь. Вот почему сегодня, как

никогда, становится актуальной проблема распространения и утверждения в сфере журналистики деонтологических правил – кодексов профессиональной чести.

История деонтологии журналистики начинается с Ломоносова. Хотя, когда он в середине XVIII века составлял свод этических правил для журналистов, деонтологии как таковой не существовало. Просто Ломоносов, как всегда, опередил свое время. Этот термин был введен в обиход много позже – в XIX в. благодаря британскому ученому Иеремии Бентаму и распространился после издания его книги «Деонтология, или Наука о морали» (1834). А еще позже деонтологию стали отличать от аксиологии – учения о моральных ценностях.

Существует немало определений понятия «деонтология журналистики» (от греч. *deon* – долг, *deontos* – должное + *logos* – учение). Декан факультета журналистики Уральского госуниверситета Б.Н. Лозовский определил её как систему «требований, норм, принципов должного профессионального поведения журналиста; свод правовых и этических норм ответственного поведения работников СМИ» [Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004, с. 55].

Профессор журфака МГУ Е.П. Прохоров дал свою трактовку понятия: «это совокупность «обслуживающих» журналистский долг обязанностей и норм их выполнения вне зависимости от их осознания, как некой системы категорических императивов журналистского поведения, заданных природой СМИ, действующих в той или иной ситуации» [Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: 2001, с. 296].

«Деонтология – это раздел этики, рассматривающий проблемы долга и ответственности, нравственных принципов поведения, – утверждает составитель «Энциклопедического словаря СМИ» А. А. Князев. – Актуальность этих проблем для журналистики фиксируется в исследованиях по коммуникативистике в основном сторонниками теории социальной ответственности. Новые грани этой проблемы начали возникать в условиях развития мультимедиа и информационных супермагистралей, когда переосмыслению стали подвергаться многие коренные понятия, например, авторство или текст» [Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. Бишкек: Изд-во КРСУ, 2002, с. 164].

Эти и другие определения заключают в себе примерно одинаковое по своей сути толкование термина. Практически всегда при упоминании о деонтологии ключевыми являются понятия «нравственность», «долг», «ответственность», «норма» и т. д. Опорная

категория деонтологии – «должное»: то, что человек принимает для исполнения сам, по собственной воле. Каждый из членов профессионального сообщества делает моральный выбор, который и лежит в фундаменте профессионального самосознания.

М.В. Ломоносов еще в семидесятых годах XVIII века указал всем СМИ будущих столетий (даже тем, о которых тогда никто и не подозревал, – ТВ, интернет-газеты, радио) четкий вектор развития. Именно Ломоносов первым в истории мировой журналистики создал полноценный деонтологический документ, который, по сути, и стал основой современной системы саморегуляции мирового журналистского сообщества. Ломоносов первым заговорил серьезно и бескомпромиссно о социальной миссии журналистики.

Декан факультета журналистики Московского государственного университета, профессор Е.Л. Вартанова назвала Ломоносова «создателем журналистских стандартов», она считает, что в журналистике вклад Ломоносова пока недооценен: «так увлеклись величиим его фигуры энциклопедиста и просветителя России, что упустили, какое влияние он оказал на развитие публичных коммуникаций – внутри общества и между обществом и властью» [Колесниченко А. «Ломоносов бы в университет сейчас не поступил» – Интервью с деканом журфака МГУ Е. Вартановой // Новые Известия. 18 ноября 2011]. Эта мысль легко подтверждается историческими фактами и деятельностью ученого в области прессы того времени не только как журналиста и редактора, но и как аналитика, который поставил в своё время перед масс-медиа ряд основополагающих проблем.

Ломоносов имел полное право на создание документа для корреспондентов, поскольку сам был журналистом-практиком и редактором. Его деонтологические законы были основаны на собственной практической деятельности. Когда Ломоносов вернулся из-за границы в Россию, он сначала стал сотрудничать как переводчик и поэт со специальным приложением к газете «Санкт-Петербургские ведомости» – первым отечественным научно-популярным журналом «Примечания к Ведомостям» (в 1765-1766 гг. был переиздан в Москве под названием «Исторические, генеалогические и географические примечания в Ведомостях, издаваемые в Санкт-Петербурге при Академии наук с 1729 по 1740 гг.»), в котором публиковались не только материалы, посвященные науке, но и различные статьи по вопросам искусства и литературы. Его творчество было замечено, и весной

1748 г. Академия наук доверила Ломоносову редактировать «Санкт-Петербургские ведомости», при которой и выходил журнал. Правда, как редактор он был поставлен в определенные рамки. Ему предписывалось свыше «в писании от всякого умствования и предосудительных экспрессий удерживаться». Но нрав Михаила Васильевича был полон и оригинального умствования, и вполне здоровых экспрессий, поэтому такой жёсткий формат издания его тяготил.

Ломоносов приложил немало трудов к учреждению журнала более свободного формата. Так под эгидой Академии наук увидел свет первый в России солидный научно-литературный журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», в уставе, или программе, которого значилось, что на страницах будут появляться «сочинения, какие только обществу полезны могут быть». Эти факты ярко характеризуют Ломоносова как журналиста, который обладал и стремлением к независимости в суждениях, т.е. к свободе слова и печати. Но в то же время он осознавал свой журналистский долг и ответственность перед обществом, предполагая печатать сочинения полезные.

Уже в данном случае просматривается один из признаков профессиональной саморегуляции, когда издатель добровольно, вне юридических рамок, создаёт закон, которому сам же и намерен следовать – без всякого давления или принуждения извне, что, однако, не мешает проявлению в сочинениях признаков «умствования». Опять Ломоносов опередил время, выступив зачинателем такого явления в журналистике, которое в XXI в. получило название «инфотеймент» – увлекательная (развлекательная) информация.

Девиз знаменитой ВВС – британской вещательной корпорации – «Сообщать. Поучать. Развлекать» нынче многими преподносится как нечто новое. Однако пальма первенства всё же принадлежит нашему великому соотечественнику Ломоносову. Россиянам важно было бы знать, кто стал создателем инфотеймента, причем качественного, без примеси «глянца». Ломоносовский журнал «Ежемесячные сочинения...» действительно служил пользе и увеселению, донося до аудитории общественно значимую информацию, что и является одной из основных функций социально ответственной журналистики.

Относясь добросовестно ко всему, за что он брался, ученый М.В. Ломоносов и в сфере журналистики проявил себя человеком, отвечающим за свои поступки, который следует общечеловеческим и

профессиональным этическим установкам, требуя того же и от других. Но следует подчеркнуть, что этических правил журналистики, сформулированных и закрепленных на бумаге, в то время не существовало ни в одной стране мира. Ломоносов первым ощутил необходимость их создания и предложил правила, которые присутствуют в том или ином виде во всех кодексах журналистской этики массмедиа XXI в.

Статья М.В. Ломоносова «Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенных для поддержания свободы философии» стала первой работой мировой журналистики, которая и оказалась фундаментом деонтологии современной эпохи мультимедиа (написанная в 1754 г. на латинском языке, она была опубликована в 1755 г. на французском И. Г. С. Формеем, издателем журнала «Nouvelle Bibliothèque germanique, ou L’histoire littéraire de l’Allemagne, de la Suisse et des pays du Nord» – «Новая немецкая библиотека, или Литературная история Германии, Швейцарии и северных стран», выходившего в Амстердаме. Поводом для ее написания стала статья, видимо, лейпцигского профессора А. Г. Кёстнера, опубликованная в 1752 г. в журнале «Commentarii de rebus in scientia naturali et medicina gestis» – «Записки об успехах естественных наук и медицины», нелестно и главное несправедливо отозвавшегося о трудах Ломоносова «Размышления о причине теплоты и холода» и «Опыт теории упругой силы воздуха», опубликованных в 1750 г. и «в которых излагалась его теория вещества и молекулярно-клеточная теория теплоты и газа». Как отмечал Формей, посылая Ломоносову отпечаток данной статьи, «сие была должность, чтобы защитить столь праведное дело от таких неправедных поносителей»).

Ломоносов в этой статье анализирует лишь одну из сторон деятельности журналистов, которую он считал наиболее ответственной и серьезной. Он говорит об их участии в распространении научных знаний и о методах оценки научных трудов. Но это произведение в полной мере можно отнести к любой сфере журналистской деятельности. Более того – она легко проецируется и на интернет-издания XXI в., и на социальные сети, и на современные телерадиопрограммы, имеющие отношение не только к науке. Сравнительно небольшая по объему ломоносовская публикация вмещает в себя многие деонтологические проблемы мирового медиасообщества.

Ломоносов столь подробно проанализировал и столь четко обозначил обязанности журналиста, доказав их практическую и нравственную необходимость, что каждое из направлений, на которые он обращал внимание своих современников, актуально и в наше время.

Первую часть статьи Ломоносов посвятил полемике (поводом для нее стала статья, опубликованная в «Беспристрастном Гамбургском Корреспонденте», нелестно и несправедливо отозвавшаяся о Ломоносове), рассуждениям о науке и журналистике. И тут он ярко проявил себя не только как опытный публицист, который умело пользуется приемами аналитических жанров, но и как фельетонист, в арсенале которого и ирония, и сарказм.

А во второй части «Рассуждения об обязанностях журналиста...» Ломоносов предложил семь основополагающих правил, которыми, по его мнению, должны руководствоваться журналисты.

Автор «Рассуждения...» отмечает, что журналы – это еще одно средство просвещения, которое могло бы «также очень благотворно влиять на приращение человеческих знаний», как влияют книги. И обязанность журналов «состоит в том, чтобы давать ясные и верные краткие изложения содержания появляющихся сочинений». Но при этом он не исключает необходимость «справедливого суждения либо по существу дела, либо о некоторых подробностях выполнения». Однако журналы, конечно же, сами по себе не могут выполнять просветительскую функцию без сознательности журналистов. «Силы и добрая воля – вот что от них требуется. Силы – чтобы основательно и со знанием дела обсуждать те многочисленные и разнообразные вопросы, которые входят в их план; воля – для того, чтобы иметь в виду одну только истину, не делать никаких уступок ни предубеждению, ни страсти».

Ломоносов разбирает все промахи самонадеянного автора, наглядно показывая, как опасен для общества «невежественный или несправедливый критик». Такими опасностями нынче заполнено все медиaprостранство третьего тысячелетия.

Современно звучит и утверждение Ломоносова о многочисленных западных второсортных журналах, которые оттеснили и затмили лучшие – серьезные и качественные – издания. Михаил Васильевич из века восемнадцатого призывает помнить об обязанностях журналиста, который «не должен торопиться выносить свой приговор без основательного допроса подсудимых и увлекаться выискиванием вины там, где ее совсем нет» [Ломоносов М. В. Рассуждение об

обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии // Полн. собр. соч. Т. 3. М., СПб., 2011, с. 201-232].

Свою статью Ломоносов завершает конкретными правилами, которые и являются деонтологической основой для современных нам СМИ. В первом правиле Ломоносов советует каждому, кто берется судить о чужой работе, взвесить свои силы и возможности, перед тем как приступить к оценке чьего-либо сочинения. Рецензент должен быть компетентен в той сфере, о которой хочет писать. Если рецензия касается научных статей, то он должен обладать хотя бы базовыми научными знаниями; это касается любой сферы.

Второе правило, которое предлагает М.В. Ломоносов, – максимальная объективность суждения. Он настоятельно советует не требовать, чтобы авторы, о которых журналисты берутся судить, рабски подчинялись мыслям, которые властвуют над пишущими о них.

В третьем правиле Ломоносов говорит об осмотрительности при оценке статей, уже одобренных научным обществом. Прежде чем бранить и осуждать, советует он, следует не один раз взвесить то, что скажешь, для того чтобы быть в состоянии, если потребуется, защитить и оправдать свои слова.

Четвертое правило напоминает о важности гипотез в науке. Осуждать еще не доказанные теории обозреватель не должен, ведь кто знает, как и чем обернется предположение ученого в будущем.

Пятое правило посвящено недопустимости плагиата.

Одна из самых уважаемых ежедневных газет мира The New York Times, имеющая слоган «Все новости, достойные печати», публично признала в 2003 году, что её 27-летний репортер Джейсон Блэр занимался плагиатом. Была создана специальная комиссия, которая тщательно исследовала инцидент. Результаты работы комиссии были опубликованы и заняли около пяти газетных полос. Выяснилось, помимо прочего: около 36 статей молодого журналиста были построены на вымышленных фактах. Газета тогда признала, что это самая печальная страница в ее 152-летней истории. «Гигантским фингалом» на репутации назвал случившееся издатель The New York Times Артур Окс Сульцбергер. Если учесть, что газета одновременно является одним из самых цитируемых изданий в СМИ всего мира, то это показательно не только для американской журналистики. За последние полгода, по словам Блэра, он объездил 20 городов в шести штатах США, а на самом деле не отходил от компьютера и мобильного

телефона в своем доме в Нью-Йорке. Он слал в газету душераздирающие репортажи о зверствах «вашингтонского снайпера», о горе родственников солдат, погибших в Ираке, о страданиях раненых морских пехотинцев в военно-морском госпитале. Но на самом деле не видел их в глаза, а материалы создавал с помощью статей, напечатанных в других газетах, и собственной фантазии. Кроме того, Блэр получал в газете денежную компенсацию за свои дорогостоящие якобы вояжи по стране. Когда газета из Сан-Антонио обвинила его в переписывании репортажа о родственниках солдата, погибшего в Ираке, редактор потребовал от Блэра: «Посмотри мне в глаза, признайся. Или опиши дом родственников». Не смутившись, Блэр описал и красный джип у дома, и розы в саду. Как потом выяснилось, все это он видел на фотографиях в Интернете [Злобин А. Все новости, достойные печали //www.vremya.ru/2003/84/12]. А через несколько лет The New York Times получила еще один сигнал: на плагиате попался другой молодой репортер Закери Ков. Эта последовательность – свидетельство того, что урок не пошел впрок. Можно привести и примеры из других изданий, их, к сожалению, достаточно.

Шестой пункт напоминает об уместности и добросовестности критики, а седьмой о том, журналисту не должна быть свойственна гордыня и он должен, что называется, знать свое место.

Припоминая последние скандалы с участием крупных СМИ, можно с уверенностью сказать, что предупреждение Ломоносова оказалось провидческим. Репортеры XXI в. наглядно показали, что может случиться, если гордыня возьмет верх над профессиональным и нравственным долгом и если журналист возомнит себя высшим судьей, обладателем истины в последней инстанции, которому позволено вмешиваться во всё и вся, в том числе в личную жизнь других людей.

Что из этого может получиться, мы уже знаем на примере одного из старейших британских изданий с миллионными тиражами корпорации Руперта Кейта Мердока News of the World. Газета, основанная в 1843 г., под давлением общественного мнения вынуждена была принять решение о самоликвидации. Это произошло после того как всплыли на поверхность неприглядные действия ее репортеров, прослушивавших телефонные разговоры, подкупавших должностных лиц, чтобы получить «жареные» факты о жизни как известных персон, так и простых британцев. Налицо было грубое вмешательство в личную жизнь.

И еще об одном явлении предупреждал нас великий соотечественник – об опасности продажной журналистики, подчеркивая, что журналист должен обладать высокой нравственной культурой. Увы, сейчас продажность в медиасфере всех видов и рангов «правит бал».

Если сегодня обратиться к деонтологическим документам любых медиасообществ, то можно без труда заметить, что многие из них базируются на правилах, которые сформулировал М. В. Ломоносов.

К сформулированным Ломоносовым правилам добавились более современные: «корректно используй фотографии», «не интервьюируй несовершеннолетних без согласия их родителей или опекунов», «не вмешивайся в частную жизнь, в чужое горе или шок» и т.д.

Современные деонтологические документы стараются учесть разнообразие технологий и приемов, которые могут навредить аудитории, и прописывают это в своих кодексах. Выработанные Ломоносовым деонтологические правила – это основа, которую можно дополнять новыми деталями, учитывая технологические инновации.

Сегодня особо актуальны такие константы, как профессиональный долг, добросовестность, ответственность, которые Ломоносов предложил положить в основу журналистской профессии. При самых «продвинутых» технологиях эти категории должны играть первостепенную роль и иметь непреходящую ценность.

По утверждению известного итальянского философа и писателя Дж. Ваттимо, «общество, в котором мы живем, является обществом всеобщей коммуникации, обществом массмедиа» [Ваттимо Дж. Прозрачное общество. М.: Полис, 2003, с. 128].

Журналисты узурпировали право передачи гражданам информации. Если раньше фундамент человеческого мировоззрения составляли непосредственный практический опыт и сведения, полученные в ходе личных контактов, то теперь процесс его формирования ограничился узким сегментом личных контактов и набором внешних источников информации. Люди начинают выстраивать собственную личность из информации, которую получают через разные каналы. Мировоззрение в этом случае складывается из множества образов и моделей поведения, полученных из СМИ. Регулярное нарушение журналистами профессиональных стандартов, использование дегуманизирующих методик создает опасность для духовного здоровья общества, да и для самих медиа. Чтобы вернуть стандарты, журналистике необходимо решить ряд нормативных задач. Мировоззренческой основой для новой концепции должна стать гуманизация

общественного сознания [Куртц П. Гуманизм и скептицизм – интеллектуальные парадигмы третьего тысячелетия. М.: Логос, 2001, с. 82].

Мир меняется, меняются и медиатехнологии, но неизменны неписанные законы нравственности, поэтому редакторам и корреспондентам необходимо помнить про богатое наследие прошлого и применять его на практике. Ведь именно оно – в том числе и работы Ломоносова – определило развитие журналистики не только в России, но и во всем цивилизованном мире.

III. Беседа по теоретическому материалу занятия

1. Назовите причины, по которым сегодня становится актуальной проблема распространения и утверждения в сфере журналистики деонтологических правил – кодексов профессиональной чести.

2. Кто и когда ввел в научный обиход термин «деонтология»?

3. Как переводится на русский язык термин «деонтология»? Какие толкования дают ему современные ученые в отношении журналистики?

4. Перечислите и прокомментируйте сущность семи основополагающих правил, которые сформулировал М.В. Ломоносов в «Рассуждениях об обязанностях журналиста...»

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

Знакомство с дополнительным теоретическим материалом по теме из «Энциклопедического словаря СМИ» А.А. Князева, конспектирование.

Деонтология журналистики – раздел этики, рассматривающий проблемы долга и ответственности, нравственных принципов поведения. Актуальность этих проблем для журналистики фиксируется в исследованиях по коммуникативистике в основном сторонниками теории социальной ответственности. Новые грани этой проблемы начали возникать в условиях развития мультимедиа и информационных супермагистралей, когда переосмыслению стали подвергаться многие коренные понятия, например, авторство или текст.

Этика журналистики (англ. ethics of journalism) – в сфере средств массовой информации существует немало документально зафиксированных этических принципов, которые должны служить, по замыслу их авторов и инициаторов, формированию неких этических критериев для практических журналистов. Так, рекомендации Парламентской ассамблеи Совета Европы, декларируют необходимость соблюдения журналистами и редакциями следующих норм:

- утверждение этической ответственности масс-медиа в условиях их возрастающей роли в развитии современного общества и демократии;

- включение в профессиональные критерии журналистики необходимости четкого осознания прав и обязанностей, свобод и ответственности;

- соблюдение различий между новостями и мнениями, недопустимость смешивания этих понятий;

- новости должны основываться на истинности их изложения, быть проверенными и доказанными, беспристрастными, заголовки должны как можно точнее выражать суть фактов;

- мнения могут содержать мысли и замечания о реальных событиях, они должны выражаться честно и этично;

- мнения в форме комментариев к событиям не должны скрывать реальных фактов;

- задача СМИ – информирование граждан, имеющих право на свободу информации;

- свобода информации является фундаментальным правом, утверждаемым в ст. 10 Европейского соглашения о трансграничном телевидении и во всех демократических конституциях;

- власти должны обеспечивать плюрализм в СМИ и осуществление свободы выражения, права на информацию и предотвращение цензуры;

- охрана свободы должна присутствовать не только для СМИ, но и внутри их, поскольку в корпоративную структуру СМИ входят издатели, владельцы и журналисты, между которыми существуют различия.

Согласно рекомендациям Парламентской ассамблеи Совета Европы, представители СМИ разных уровней должны понимать, что информация – это не предмет потребления, а фундаментальное право граждан, и его нельзя подавлять в угоду рекламным доходам. Если этот принцип будет соблюдаться, то к аудитории со стороны СМИ отношение будет не как к массе, но как к индивидуумам. Журналисты обязаны придерживаться принципа презумпции невиновности, сохранять личные тайны, добывать информацию с помощью законных и этически допустимых средств, избегая попыток использования своих прав для личного влияния и престижа. В условиях обострения конфликтных ситуаций, связанных с терроризмом, дискриминацией меньшинств, ксенофобией или войной, СМИ должны соблюдать

моральные обязательства по уважению человеческого достоинства, решению проблем мирными средствами, противостоянию насилию, конфронтации, отвергать все формы дискриминации, основанные на культуре, поле или религии. Особенно важно все это соблюдать в телевизионных программах для детей и юношества, защищая их от пропаганды насилия, секса и потребительства.

Во многих странах профессиональными журналистскими ассоциациями осуществлялись попытки создать документы, в которых были бы собраны главные принципы профессии в области политики, этики и морали. Успешными эти попытки были не всегда и не везде. Приемлемо для постсоветского пространства в сублимированном виде основные этические принципы профессии достаточно четко сформулированы в «Кодексе профессиональной этики российского журналиста», принятом союзом журналистов России.

V. СРС

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

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 2.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 2

**Зарождение и развитие профессиональной морали
российского журналистского сообщества. Журналистская этика
в современной России**

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Давний интерес журналистов к освещению морально-этических тем. Этапы развития журналистской этики в России. Трансформация этики российских журналистов в постперестроечный период.

Стандарты Совета Европы в области СМИ и российская действительность. Проблемы и перспективы развития журналистской этики в современной России.

Цель: формирование теоретических представлений об этапах развития и современном состоянии профессиональной морали российского журналистского сообщества, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

знакомство с этапами формирования профессиональной этики журналистов России;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. В чем состоят особенности формирования профессиональной этики в российской журналистике?

2. Кого можно считать основоположником деонтологии журналистики в России?

3. Охарактеризуйте этапы развития профессиональной этики российского журналиста в XX в.

4. Каково современное состояние деонтологии журналистики в нашей стране?

5. Какие проблемы современной профессиональной этики журналиста являются наиболее актуальными?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Особенности развития журналистской этики в России

Россия выпала из общемирового процесса формирования журналистской этики с приходом к власти коммунистов. В 1918 г. были закрыты все буржуазные газеты. После этого журналистика стала рассматриваться как форма партийной работы – предполагалось, что журналисту достаточно «овладеть пролетарским сознанием» и никакие

дополнительные идеи о профессиональной этике ему не нужны и даже вредны. Как пишет Г.В. Лазутина, содержание профессионального долга работников прессы в Уставе Союза журналистов СССР определялось исключительно задачами, которые ставила перед собой КПСС, практически без учета специфики журналистики. Профессиональная этика как учебная дисциплина не изучалась, так как считалась несовместимой с принципом партийной журналистики.

В СССР до конца 1980-х не было никаких кодексов профессионального поведения журналиста, и очень часто журналисты даже не знали о международных кодексах подобного рода. Международные принципы журналистской этики, принятые в 1983 г. на IV Консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций в Праге и Париже (и разработанные при участии Союза журналистов СССР), были впервые полностью опубликованы на русском языке только в 1988 г.

До 1991 года не существовало и законодательства о печати. Так как журналистика в Советском Союзе полностью превратилась в рупор партии, некоторые современные исследователи считают, что журналистики, а соответственно, и журналистской этики, в те времена не было вообще. «Среди журналистов были пропагандисты, то есть политработники, были писатели, очеркисты и беллетристы, были воспитатели, ... не было только тех, кто считал бы своим делом и долгом честное и постоянное информирование сограждан об их собственной жизни», – пишет Ю.В.Казаков. С Казаковым не согласен В.И. Бакштановский, считая, что у советских журналистов были свои представления о профессиональном долге, что они видели свое призвание в службе гражданам, стремились нести им культуру, просвещать, будить гражданские чувства и т.д.

Как бы там ни было, после десятилетий нахождения вне общемирового контекста профессиональной этики постсоветским журналистам в начале 1990-х пришлось очень быстро переориентироваться на новые реалии. В 1990 г. был принят союзный Закон о печати и ликвидации цензуры, в результате которого СМИ вышли из-под диктата КПСС. В 1991 г. был принят первый (и последний) Кодекс профессиональной этики журналиста СССР.

Но после долгожданной свободы времен перестройки начались новые проблемы – в результате перехода к рыночной экономике тиражи изданий катастрофически упали. По мнению Д.С.Авраамова, начался глубокий системный кризис российских СМИ, который

продолжается до сих пор. Тогда многие СМИ были вынуждены переориентироваться на утилитарную информацию, пресса начала становиться более «бульварной». Тем не менее, в этих условиях в 1994 г. были приняты сразу два этических кодекса: «Декларация Московской хартии журналистов» и «Кодекс профессиональной этики российского журналиста». Последний был одобрен Конгрессом журналистов России.

Во время и после президентских выборов 1996 г. российские СМИ снова пережили серьезное испытание на этическую прочность, когда многие из них открыто встали на сторону одного из кандидатов в президенты – Бориса Ельцина. Тогда же началась скупка многих СМИ крупными медиахолдингами. С началом эпохи Владимира Путина власть поставила под свой контроль большинство центральных СМИ, что серьезно ограничило их возможность непредвзято освещать события.

В 1999 г. несколько ведущих теле- и радиокompаний (ВГТРК, «ОРТ», «НТВ», «ТВ-6 Москва», «ТВ-Центр», «Ren-TV») подписали «Хартию телерадиовещателей». В ней обозначены основные этические правила, которых рекомендуется придерживаться российским теле- и радиокompаниям, например, «проведение четких различий между сообщениями о фактах, комментариями и предположениями во избежание их отождествления». На практике, однако, эти правила очень часто не соблюдаются.

Помимо упомянутых кодексов чести, в России в 2005 г. была создана Общественная коллегия по жалобам на прессу. Она эволюционировала из Большого жюри Союза журналистов России – внутрикорпоративного органа саморегулирования, который с 1998 г. рассматривал конфликтные ситуации этического характера, возникающие в связи с работой журналистов. В конце 2004 г. было решено, что орган должен стать надкорпоративным. Сегодня Общественная коллегия состоит из двух палат: палаты медиасообщества и палаты медиааудитории. В каждой из них – по 25 членов (в первой – профессионалы из сферы СМИ, во второй – представители гражданского общества). Подать жалобу на СМИ может любой человек. Что касается института ньюз-омбудсмана, то в России он пока не прижился.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Стандарты Совета Европы в области СМИ и российская действительность.

- Проблемы и перспективы развития журналистской этики в современной России.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 3.

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 3.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Рихтер А.Г. Свобода массовой информации в постсоветских государствах. – М.: Икар, 2007.

4. Средства массовой информации России [Текст]: учебное пособие / М.И. Алексеева [и др.]: под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 3

**Взаимосвязь правовых и профессионально-этических норм регулирования профессиональной деятельности журналиста
(2 часа)**

Основные вопросы занятия

Этический стандарт как концептуальный документ профессиональной корпорации, моральные предписания поведения журналиста. Предпосылки и причины появления кодексов профессиональной этики, зафиксированные в них принципы, требования и рекомендации, их роль в формировании профессионального долга и ответственности. Документы международных профессиональных организаций и народных информационных организаций (кодексы, хартии, декларации,

резолуции, пакты, положения, меморандумы). Профессиональное самосознание журналиста и проблема выбора.

Различие между юридическими и этическими нормами регулирования деятельности СМИ. Система российских законодательных актов в области СМИ.

Цель: формирование теоретических представлений о правовых и профессионально-этических нормах регулирования деятельности журналиста, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений о моральных предписаниях поведения журналиста, закрепляемых в этических кодексах;

знакомство с предпосылками и причинами появления кодексов профессиональной этики, изучение их роли в формировании профессионального долга и ответственности;

анализ документов международных профессиональных организаций журналистов;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Что такое этический стандарт поведения журналиста?

2. Каковы предпосылки и причины появления кодексов профессиональной этики журналистов?

3. Назовите и охарактеризуйте основные документы международных профессиональных организаций и народных информационных организаций (кодексы, хартии, декларации, резолюции, пакты, положения, меморандумы).

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

История этических кодексов

По некоторым свидетельствам, среди первых этических кодексов журналиста были некие нормативные документы, принятые в 1890 г. в США, в 1896 г. в Галисии и около 1900 г. в Швеции.

Однако эти кодексы не получили широкого распространения и не считаются влиятельными документами. Чаще отчет истории журналистских кодексов этики начинают с 1910 г., когда свой кодекс приняла Ассоциация редакторов Канзаса (США). В Европе первым крупным кодексом стала «Хартия долга» («Charte de devoir»), принятая Национальным союзом журналистов (Syndicat national des journalistes) во Франции в 1918 г.

Примерно в это же время начали проводиться международные встречи журналистов. На одной из них, в Гонулулу, в 1921 г., американский журналист Джеймс Браун предложил принять составленные им международные правила поведения журналиста, но журналистская общественность их не одобрила. Тем не менее это дало толчок к принятию национальных кодексов по всему миру. Под влиянием идей, высказанных на конференции, национальные кодексы стали появляться в Швеции, Бразилии, Финляндии и многих других странах. В 1923 г. национальный этический кодекс СМИ появился в США. Он был назван «Каноны журнализма» и был принят Американским обществом газетных редакторов (ASNE) – влиятельной организацией, существующей и по сей день.

Первым международным кодексом журналистской этики можно считать документ, одобренный в 1926 г. Межамериканской ассоциацией прессы (InterAmerican Press Association). В 1936 г. Лига Наций приняла в Женеве «Международную конвенцию об использовании вещания в целях мира». В 1939 г. Международная федерация журналистов (IFJ) – сегодня одна из крупнейших международных журналистских организаций – опубликовала свой кодекс.

Как пишет Авраамов, первые этические кодексы обычно содержали требования, не выходящие за рамки общечеловеческих норм морали: пиши правду, уважай честь и достоинство личности, не принимай ни от кого подачек, исправляй ошибки, будь честным и т.д. В целом составители тех кодексов находились под влиянием либертарианских идей, берущих свое начало в работах Дж.Ст. Милля, Дж. Мильтона и Т. Джефферсона, о чем будет сказано ниже.

Вторая мировая война замедлила процесс развития журналистских кодексов, но после ее окончания кодексы снова стали появляться в самых разных странах и изданиях. С новой силой начались разговоры о международном кодексе. В 1946 г. под эгидой

СССР была создана Международная организация журналистов (МОЖ), призванная, в том числе, интенсифицировать обсуждение проблем профессиональной этики.

Вскоре после своего появления на свет Организация объединенных наций составила проект международного кодекса журналиста, который в 1950 г. был разослан по 500 журналистским организациям. Правда, журналисты не приняли этот кодекс, выразив опасение, что страны – члены ООН с его помощью смогут манипулировать прессой. Зато на основании этого проекта в 1954 г. на втором международном конгрессе Международной федерации журналистов в Бордо была принята международная «Декларация принципов поведения журналиста» («Declaration of principles on the conduct of journalists»).

Однако в условиях обостряющегося противостояния между Востоком и Западом становилось все сложнее прийти к международному согласию, и даже многие уже принятые на различных конференциях постановления оказались замороженными.

Новый этап интереса к журналистской этике начался на рубеже 1970-х, после протестных демонстраций 60-х на Западе и критики американской войны во Вьетнаме²¹. В 1971 г. представителями журналистских организаций шести европейских стран была принята Мюнхенская декларация, в которой утверждались право журналистов на критику, обязанность разделять профессии журналиста и пропагандиста, не использовать нечестные методы для получения информации и т.д.

В 1973 г. ЮНЕСКО организовало международную встречу на тему «Этические принципы журналистов и средств массовой информации». А в 1978 г. организация приняла «Декларацию об основных принципах, касающихся вклада СМИ в укрепление мира и международного взаимопонимания, в развитие прав человека и в борьбу против расизма и апартеида и подстрекательства к войне».

Под эгидой ЮНЕСКО же в последующие годы прошли ряд встреч, в которых участвовали международные и региональные журналистские организации: Международная организация журналистов (JOI), Международная федерация журналистов (IFJ), Международный католический союз прессы (UCIP) и другие. В 1983 г. на IV Консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций, проходившей в Праге и в Париже, ими были приняты «Международные принципы профессиональной этики

журналистов». Всего их десять, включая уважение к универсальным ценностям и разнообразию культур, противодействие войне, поощрение демократизации международных отношений и другие.

Четвертая волна интереса к журналистской этике была поднята освещением войны в Персидском заливе 1991 г., распадом СССР и появлением новых демократических государств и другими событиями того времени. В начале 1990-х национальные кодексы журналистской этики появились в России и других государствах, появившихся в Восточной Европе и Азии.

Сейчас активно идет обсуждение глобального этического кодекса. В 1998 г. на конференции Всемирной ассоциации советов по прессе (WAPC) в Стамбуле было предложено создать такой кодекс, но этому активно воспротивилась британская Комиссия по жалобам на прессу (РСС), которая в знак протеста даже вышла из всемирной организации в марте 2000 г. По мнению Комиссии, такой кодекс, а также международный совет по жалобам на прессу, будь они созданы, стали бы использоваться авторитарными правительствами разных стран, желающими контролировать свободную прессу. Выступая в 1998 г. на встрече Союза печати Содружества (Commonwealth Press Union), тогдашний глава британской Комиссии по жалобам на прессу лорд Уэйкхэм сказал, что считает невозможным создание такого глобального этического кодекса СМИ, который был бы приемлем для всех обществ и не ограничивал бы свободу выражения в некоторых из них.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Профессиональное самосознание журналиста и проблема выбора.
- Различие между юридическими и этическими нормами регулирования деятельности СМИ.
- Система российских законодательных актов в области СМИ.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

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

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 4.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 4

Цензура и саморегулирование в СМИ. Этический аспект.

Этические кодексы как нормативное закрепление стандартов поведения журналистов

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Понятие свободы печати, ее внутренние и внешние регуляторы. Случаи допущения введения временной цензуры в России. Саморегулирование и ответственность. Моральное, нравственное саморегулирование и саморегулирование, на которое влияют внешние ограничения.

Саморегулирование как система установленных журналистским сообществом принципов профессиональной деятельности. Основные инструменты саморегулирования: этический кодекс, совет по прессе, омбудсмен. Типология советов по прессе. Санкции, налагаемые органами саморегулирования прессы. Большое жюри Союза журналистов России. Общественная коллегия по жалобам на прессу. Анализ конкретных дел, разобранных зарубежными и отечественными органами саморегулирования.

Причины возникновения журналистских этических кодексов. Кодекс как один из элементов системы саморегулирования. Устав Союза журналистов СССР (1972). Первый российский Кодекс профессиональной этики журналиста (1991 г.). Кодекс профессиональной этики российских журналистов (1994). Иные

этические документы: Декларация московской хартии журналистов (1994), Хартия телерадиовещателей (1999) и др.

Цель: формирование теоретических представлений о цензуре и саморегулировании в средствах массовой информации, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений о саморегулировании в журналистике как системе установленных принципов профессионального поведения;

знакомство с типологией советов по прессе;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Раскройте понятие свободы печати.

2. Каковы механизмы регуляции свободы печати?

3. Охарактеризуйте основные инструменты саморегулирования: этический кодекс, совет по прессе, омбудсмен.

4. Назовите санкции, налагаемые органами саморегулирования прессы.

5. Каковы функции Большого жюри Союза журналистов России?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

История советов по прессе

Второй элемент саморегулирования СМИ – это советы по прессе (press councils). Совет по прессе, как правило, представляет собой орган, состоящий из журналистов, владельцев СМИ и представителей общественности, который рассматривает общественные жалобы на СМИ.

По разным данным, в мире сегодня существует от 54 до 82 советов по прессе. В разных странах они пользуются разной степенью популярности. Интересно, что, например, в США нет национального совета по прессе, есть только три региональных, а во Франции нет даже региональных. По всей видимости, это связано с тем, что профессиональные журналистские сообщества в этих странах боятся

ограничений деятельности журналистов, которые могут быть связаны с функционированием советов.

Первый в мире совет по прессе был создан в Швеции в 1916 г. История его создания является классической для органов подобного рода. В начале века шведские журналисты активно обсуждали принципы написания репортажей о преступлениях. Основной площадкой дискуссий был шведский Клуб публицистов. Именно на его основе и был создан Суд чести – первый в мире совет по прессе, поначалу занимавшийся разрешением конфликтов между журналистами и издателями по поводу принципа подачи новостей и защиты честной позиции прессы. Со временем этот Суд чести стал также принимать жалобы от обычных граждан.

В 1969 г. в состав совета по прессе была введена должность национального ньюз-омбудсмана. По поводу этого решения до сих пор ведутся споры – ньюз-омбудсмана критикуют, например, за то, что он является просто буфером между советом по прессе и истцами, а не самостоятельной фигурой. Споры ведутся и вокруг деятельности совета по прессе в целом: его обвиняют в неповоротливости и корпоративности интересов. В любом случае, шведский совет по прессе идет своим путем – он один из немногих в мире, в состав которого входит ньюз-омбудсмен, а также один из немногих, который налагает штрафы на «провинившиеся» издания.

Самый крупный и активный на сегодняшний день совет по прессе в мире – британский. Он был создан в 1953 г., в 1963 был реформирован с тем, чтобы пятую часть совета составили представители гражданского общества. Однако под градом критики, особенно за свою неспособность справиться с проблемой вторжения журналистов в частную жизнь граждан, в 1990 г. Совет был упразднен (не последнюю роль в этом сыграла комиссия лорда Кэлкатта по защите частной жизни, работавшая в 1989-1990-х гг.).

В том же году был учрежден новый регулирующий орган – Комиссия по жалобам на прессу (Press Complaints Commission). Ее отличие от предыдущего Совета по прессе, прежде всего, в том, что Комиссия сосредоточилась на решении конкретных задач, не ставя себе целью решение глобальных проблем вроде сохранения свободы прессы в целом. Сегодня Комиссия по жалобам на прессу получает более 4,5 тысяч жалоб в год (по сравнению с примерно 1500 жалоб в начале 1900-х) и является наиболее эффективным советом по прессе в мире.

Советы по прессе очень различаются по странам. Например, в Словакии и Перу такие советы состоят только из представителей гражданского общества: профессионалов от СМИ (журналистов и издателей) в них нет. В Швейцарии и Боснии и Герцеговине в их состав входят представители гражданского общества и журналисты, но не входят издатели. В Эстонии существуют сразу два национальных совета по прессе, которые конкурируют друг с другом: один опирается на эстонский Союз журналистов, второй – на Эстонскую ассоциацию газет. В некоторых странах (Испания, Замбия, Болгария) национальные советы по прессе формально учреждены, но не работают. Зато в Испании работает региональный совет по прессе в Каталонии. Такую же ситуацию (наличие только региональных советов по прессе) можно увидеть в Бельгии, США, Канаде.

В большинстве стран советы по прессе создаются «снизу», независимо от государства. В Дании, Индии, Люксембурге, Гане и Литве советы созданы государством, но все равно считаются независимыми. Наконец, в мире существует несколько советов по прессе (в Непале, Бангладеш, Египте, Нигерии и Северном Кипре), подконтрольных государству.

В России действует Общественная коллегия по жалобам на прессу, созданная в 2005 г.

История института ньюз-омбудсмена

Третий важный элемент саморегулирования СМИ – институт ньюз-омбудсмена. Ньюз-омбудсмен – это сотрудник СМИ, который принимает и обрабатывает жалобы от читателей/зрителей/слушателей и разрешает конфликты между ними и СМИ. Как правило, он ведет свою колонку или передачу, где разбирает конфликтные ситуации. Часто он в досудебном порядке рассматривает жалобы, которые могли бы вылиться в судебное разбирательство.

Сегодня в мире существует всего несколько десятков СМИ, которые имеют своих ньюз-омбудсменов.

Первые ньюз-омбудсмены, по всей видимости, появились в Японии: в 1922 г. газета *Asahi Shimbun* организовала комитет, принимающий жалобы от читателей. А в 1938 г. другая японская газета, *Yomiuri Shimbun*, создала комитет для мониторинга качества журналистики, который в 1951 г. был преобразован в комитет ньюз-омбудсменов: он и сегодня выслушивает жалобы читателей на газету и ежедневно встречается с редакторами.

В США об этом институте речь всерьез зашла в 1967 г. после статьи в журнале Esquire редактора газеты The Washington Post Бена Багдикяна. В ней он говорил о том, что пресса задыхается от кризиса читательского доверия и введение в газетах должности ньюз-омбудсменов могло бы предотвратить дальнейшее разочарование читателей в СМИ. Через несколько месяцев журналист газеты The New York Times А.Х.Раскин написал статью, в которой утверждал, что пресса слишком самодовольна и относится к себе недостаточно критически, и предлагал газетам учреждать собственные «отделы внутренней критики» во главе с ньюз-омбудсменами. По иронии судьбы, The New York Times стала последней из крупных газет США, которая ввела институт ньюз-омбудсмена: она сделала это лишь спустя 36 лет – в 2003 г. Зато в том же 1967 г. ньюз-омбудсмен появился в Луисвилле, штат Кентукки, где он одновременно работал для двух разных газет.

В Швеции первый ньюз-омбудсмен появился только в 1969 г. – при Совете прессы, о чем речь шла выше. В 1972 г. газета The Toronto Star впервые ввела институт омбудсменов в Канаде.

Сегодня в полную силу работают 37 омбудсменов в США, 7 – в Канаде и около 12 – в Бразилии, Японии, Испании, Израиле, Англии, Венесуэле, Парагвае, Южной Америке и Франции. В России пока ни одного ньюз-омбудсмена нет.

В каждом из изданий ньюз-омбудсмены работают по-своему – единого стандарта для всех не существует. Кто-то из них более независим, кто-то менее; кто-то пишет колонки регулярно, а кто-то лишь время от времени; кто-то работает в штате, кто-то – внештатно и т.д. Отличаются и названия: в некоторых изданиях такой человек называется «читательским представителем» («readers' representative»), в некоторых – «защитником читателей» («readers' advocate»), в некоторых – «общественным редактором» («public editor»).

В 1980 г. была создана всемирная Организация ньюз-омбудсменов, которая ежегодно проводит международные конференции в разных странах мира.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Анализ конкретных дел, разобранных зарубежными и отечественными органами саморегулирования.

- Причины возникновения журналистских этических кодексов. Кодекс как один из элементов системы саморегулирования.
- Устав Союза журналистов СССР (1972).
- Первый российский Кодекс профессиональной этики журналиста (1991 г.).
- Кодекс профессиональной этики российских журналистов (1994).
- Декларация московской хартии журналистов (1994), Хартия телерадиовещателей (1999).

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 5.
2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 5.

Список литературы

1. Ворошилов В. В. Журналистика :[Текст] : учебник / В.В. Ворошилов. 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. - 496 с.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.
3. Регулирование и саморегулирование СМИ на постсоветском пространстве. - Минск, 2009.
4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.
5. Рихтер А.Г. Свобода массовой информации в постсоветских государствах. – М.: Икар, 2007.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 5

Международные и зарубежные стандарты профессионального поведения журналистов

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Декларация принципов поведения журналиста (Международной федерации журналистов) 1954 г. как первый международный свод этических правил. Иные международные этические кодексы журналистов. Зарубежные кодексы внутрикорпоративной этики

работников СМИ (этический кодекс газеты «Гардиан», телерадиожурналистов Би-Би-Си и др.) Сравнительный анализ российских и зарубежных этических кодексов работников СМИ.

Цель: формирование теоретических представлений о международных и зарубежных стандартах профессионального поведения журналистов, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений о содержании Декларации принципов поведения журналистов и иных международных этических кодексов;

знакомство с особенностями зарубежных кодексов внутрикорпоративной этики;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Какие международные этические кодексы журналистов вам известны?

2. Охарактеризуйте причины и обстоятельства возникновения Декларации принципов поведения журналисты 1954 г.

3. В чем состоят особенности этического кодекса газеты "Гардиан"?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Декларация принципов поведения журналиста Международной Федерации Журналистов

Принята на Втором Всемирном Конгрессе Международной Федерации журналистов в Бордо 25-28 апреля 1954 года; изменения внесены на XVIII Всемирном Конгрессе МФЖ в Хельсинки 2-6 июня 1986 года.

Международная декларация провозглашается в качестве стандарта профессионального поведения журналистов в области приобретения, передачи, распространения и комментирования информации и описания событий.

1. Уважение правды и права общества знать правду - первоочередной долг журналиста.

2. Осуществляя профессиональную деятельность, журналист обязан отстаивать принцип свободы при честном сборе и публикации информации и права на честный комментарий и критику.

3. Журналист обязан оперировать только той информацией, источник которой ему известен. Журналист не должен пренебрегать важной информацией или фальсифицировать документы.

4. Получая информацию, фотографии и документы, журналист должен использовать только честные методы.

5. Журналист должен сделать все возможное для исправления или опровержения информации, которая может нанести серьезный ущерб.

6. Журналист обязан соблюдать профессиональную тайну и не разглашать источник информации.

7. Журналист должен отдавать себе отчет в той опасности, которую таит в себе призыв к дискриминации, распространенный через СМИ, и должен сделать все возможное для того, чтобы избежать даже невольного стимулирования дискриминации на основе расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических или иных взглядов, национального и социального происхождения.

8. Журналист должен считать серьезными профессиональными нарушениями:

- плагиат;
- умышленное искажение фактов;
- клевету, оскорбление, необоснованное обвинение;
- получение взятки в любой форме за публикацию (непубликацию) того или иного материала.

9. Журналист, достойный этого высокого звания, считает своим долгом добросовестно выполнять вышеизложенные принципы. Действуя в рамках законодательства своей страны, журналист при решении профессиональных вопросов признает только юрисдикцию коллег, в том числе и в случае вмешательства в такого рода вопросы правительства или других ответственных лиц.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Зарубежные кодексы внутрикорпоративной этики работников СМИ (на примере кодекса телерадиожурналистов Би-Би-Си).

- Сравнительный анализ российских и зарубежных этических кодексов работников СМИ.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 6.

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 6.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 6

Профессионально-нравственные принципы работы журналиста.

Нормы профессионального поведения журналиста.

Этика отношений в творческом коллективе

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Система императивов поведения журналиста. Организация деятельности редакции. Соблюдение устава, трудовые отношения. Права и обязанности журналиста. Формирование отношений с коллегами, авторами, экспертами. Конфликтные ситуации и профессиональная солидарность. Специфика служебной этики, соблюдение норм корпоративной этики, соблюдение редакционной тайны. Творческая индивидуальность, групповое сознание и профессионально-должностные обязанности. Нравственная и профессиональная ответственность перед аудиторией (удовлетворение ее потребностей в информации, точность фактов, выверенность

комментариев, доступность изложения и т.д.). Реализация деонтологических принципов в повседневной практике.

Цель: формирование теоретических представлений о нормах и принципах профессионального поведения журналиста, этике отношений в творческом коллективе, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

расширение представлений о системе императивов поведения журналиста, его правах и обязанностях, необходимости соблюдения устава редакции;

знакомство с принципами служебной, корпоративной этики, понятием редакционной тайны;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Охарактеризуйте систему императивов поведения журналиста.

2. В чем состоит специфика формирования отношений журналиста с коллегами, авторами, экспертами?

3. Как проявляется профессиональная солидарность журналистов в конфликтных ситуациях?

4. В чем состоит специфика корпоративной этики журналистов?

III. Знакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Глава V Закона о СМИ "Права и обязанности журналиста"

Статья 47. Права журналиста

Журналист имеет право:

1) искать, запрашивать, получать и распространять информацию;

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

3) быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;

4) получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие

государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;

5) копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 настоящего Закона;

6) производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;

7) 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;

8) проверять достоверность сообщаемой ему информации;

9) излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;

10) отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;

11) 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 в соответствии с частью первой статьи 42 настоящего Закона;

12) распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи.

Журналист пользуется также иными правами, предоставленными ему законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

Статья 49. Обязанности журналиста

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;

10) соблюдать запрет на проведение им предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума при осуществлении профессиональной деятельности.

Журналист несет также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций.

Государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Творческая индивидуальность, групповое сознание и профессионально-должностные обязанности.

- Нравственная и профессиональная ответственность перед аудиторией (удовлетворение ее потребностей в информации, точность фактов, выверенность комментариев, доступность изложения и т.д.).

- Реализация деонтологических принципов в повседневной практике.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

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

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 7.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 7

Этические проблемы журналистики и Интернет

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Интернет в профессии журналиста. Правовое регулирование массовой информации в Интернете. Принудительное саморегулирование. Статус СМИ в Интернете, их признаки. Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты. Блоги как вид медиа. Конвергентная журналистика и этические нормы. Правила нетикета, "Манифест сети", общественная программа "Чистый интернет".

Цель: формирование теоретических представлений о круге этических проблем журналистики в сети Интернет, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений о роли Интернета в профессии современного журналиста, о сложностях правового регулирования массовой информации в Интернете, о статусе средств массовой информации в сети и их признаках;

знакомство с принципами конвергентной журналистики, правилами нетикета, с "Манифестом сети", общественной программой "Чистый Интернет";

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Какую роль играет Интернет в профессии современного журналиста?

2. В чем заключаются сложности правового регулирования массовой информации в Интернете?

3. Чем вызвано принудительное саморегулирование в Интернете?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагмент из автореферата на соискание ученой степени кандидата филологических наук Е.Д. Кучер "Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты"

Интернет вносит коррективы в современную реальность и является действительно новым информационным пространством. Ученые и специалисты, исследующие данную тему, дают разные определения понятию «Интернет». В ряду системообразующих свойств выделяются особенности природы Интернета, в том числе присущие ему интерактивность, гипертекстовость, мультимедийность, трансграничность, онлайнность и ряд других. К более частным особенностям можно отнести способность Интернета вмещать и хранить практически неограниченный объем информации. Наличие этих качеств позволяет Интернету выйти из привычного ряда других средств хранения и распространения информации, обуславливает его постоянно изменяющуюся, «живую» природу.

Интернет сегодня является востребованным источником информации. Этому способствует технологическое удобство сети: нередко с помощью Интернета информацию получить проще, чем другими способами. Тезис о растущей востребованности Интернета подтверждается данными Отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям за 2011 год «Интернет в

России». Согласно исследованию, на конец 2010 года в мире было 1,97 миллиарда интернет-пользователей, 42% из них в Азии. Это на 15% больше пользователей, чем в 2009 году. 500 миллионов пользователей выходят в Сеть с помощью мобильных устройств. За год в Интернете появилось 21,4 млн. сайтов - теперь их более 255 миллионов, при этом доменных имен зарегистрировано 202 миллиона - на 7% больше чем в 2009. По данным Фонда «Общественное Мнение», в конце 2010 года доля пользователей Интернета среди взрослого населения России составила 43% или 50 миллионов человек. При этом к активным пользователям Интернета, выходящим в Сеть хотя бы раз за сутки, можно отнести уже каждого третьего из десяти пользователей. Общая численность активной аудитории к концу года достигла 36 миллионов человек. По сравнению с осенью 2010 г. прирост численности месячной интернет-аудитории составил 8 %, тогда как число активных пользователей, выходящих в Сеть хотя бы раз за сутки, возросло на 14 %. Уже более трети интернет-пользователей проживают в малых городах и селах.

Наиболее популярным занятием среди пользователей Рунета является поиск информации - 80%. Среди других популярных активностей: поиск работы (17%), погода (68%), фотографии (46%), блоги и форумы (41%), музыка - 39%.

По данным Яндекса, в Рунете 36 миллионов блогов. Из них только 10% являются активными – обновляются хотя бы раз в месяц. В социальных сетях сидят 28,5 миллионов пользователей ежемесячно, 95% пользователей Рунета имеют хотя бы один профиль в социальных сетях.

Проникновение Интернета в массы и его дальнейшее развитие вызывает изменения в информационном обществе. Изучением этих изменений занимались зарубежные ученые Ю. Хаяси, Е. Масуда, М. Кастельс.

У Интернета нет каких-либо территориальных границ, он не имеет единого центра управления, а следовательно, не может быть унифицирован по какому-то одному признаку или в рамках одного государства и его правовой базы. Более того, законодательство очень часто не учитывает особенности Сети, т.к. само понятие «Интернет» в нем отсутствует. С точки зрения журналистики ситуация выглядит более определенной, т.к. деятельность журналиста в целом регулируется законодательством РФ в сфере массовой информации. Под юрисдикцию Закона о СМИ попадают зарегистрированные

Интернет-СМИ, обладающие в то же время своими особенностями. Среди отличительных черт таких СМИ основными являются гипертекстовость, интерактивность и мультимедийность. Кроме этого, Интернет-СМИ свойственна идентификация себя как СМИ, что отражается в названии рубрик, в жанрах материалов (журналистские жанры).

Деятельность многих сайтов может быть сходна с деятельностью СМИ, при этом они также будут обладать признаками гипертекстовости, интерактивности и мультимедийности, но могут быть не зарегистрированы в качестве СМИ. С целью разграничения истинных Интернет-СМИ от псевдожурналистских сайтов автором предложена классификация Интернет-СМИ по следующим признакам: цель деятельности, степень эксклюзивности контента и способ его создания, наличие или отсутствие «оффлайновых родителей» и др.

Классификация состоит из четырех больших групп. Главенствующее место в ней занимают крупные Интернет-СМИ, главной особенностью которых является полная эксклюзивность контента. К ним относятся, прежде всего, информационные агентства. Интернет-СМИ других групп, как правило, заимствуют у агентств большое количество материалов. Далее классификация построена по убыванию количества эксклюзивного контента – Интернет-СМИ второй группы также содержат собственные материалы, но в плане формирования картины дня все также опираются на информагентства. Интернет-СМИ третьей и четвертой групп почти полностью построены на основе заимствованного контента. Интернет-СМИ четвертой группы, кроме прочего, могут даже и не преследовать журналистские цели, привлекая читателей броскими заголовками и делая ставку на рекламные доходы.

1. Интернет-СМИ - информационные агентства . К этой категории следует отнести Интернет-СМИ, которые полностью создают свое содержание собственными силами (прежде всего, это сайты информационных агентств – РИА «Новости», ИТАР-ТАСС, «Reuters», «Associated Press» и др.). Сайты таких Интернет-СМИ зарегистрированы в качестве средств массовой информации. Цели работы данных Интернет-СМИ действительно совпадают с теми, которые постулируются журналистикой: они информируют общество, просвещают, развлекают его и т.д.

2. Онлайн-версии печатных СМИ, сайты радиостанций и телеканалов. К этой группе относятся Интернет-СМИ, имеющие

«оффлайновых родителей», а также сайты телеканалов и радиостанций (например, сайты газет «Ведомости», «Комсомольская правда», «Коммерсант», «АиФ» и др., радиостанций «Эхо Москвы», «Бизнес FM», телеканалов «Первый», «НТВ», «Россия 2» и ряда других). Интернет-версиям печатных СМИ свойственна перепубликация оригинальных материалов из тех журналов и газет, с которыми они имеют идентичное название. Сайтам телеканалов и радиостанций – «ретрансляция» аудиовизуального контента. Процент эксклюзивных материалов в таких Интернет-СМИ может быть разным, но, как правило, составляет основу их содержания. Главная цель сетевых аналогов традиционных СМИ – расширение возможностей «родительского» СМИ, получение дополнительного дохода от рекламы, а также привлечение новой аудитории. Интернет-СМИ этой группы в целом также зарегистрированы в качестве СМИ.

3. Интернет-СМИ, не имеющие оффлайновых аналогов. К данной группе относятся Интернет-СМИ, не имеющие печатных версий (например, «Газета.Ру», «Лента.Ру», «Взгляд.Ру», «Утро.Ру», «Правда.Ру», «Дни.Ру», «Newsru.com» и аналогичные). Наряду с эксклюзивным контентом эти СМИ публикуют достаточно большое количество заимствованных материалов, далеко не всегда глубоко переработанных (принцип новостного агрегатора, т.е. размещения чужих материалов со ссылкой на источник). Интернет-СМИ этого типа в большей степени зависят от рекламных доходов, так как вынуждены сами продвигать собственный бренд. Как правило, данные издания зарегистрированы в качестве СМИ, хотя встречаются и незарегистрированные («Newsru.com», например).

4. Прочие Интернет-СМИ, рекламные сайты. Интернет-СМИ данной категории далеко не всегда можно назвать СМИ в полном смысле слова. Как правило, они преследуют цели, не совпадающие с теми, которые постулируются журналистикой, или же «маскируются» под СМИ для привлечения читателей и извлечения прибыли от рекламы. Рекламы на страницах таких Интернет-СМИ очень много, порой более 50 процентов. Значительную часть контента составляют материалы низкого качества, нередко преподносимые, как сенсации. Рекламные и прочие Интернет-СМИ чаще всего не зарегистрированы в качестве СМИ. Однако это не мешает им гордо называть себя «СМИ нового поколения» («СМИ2», «Бета. Новотека» и др.).

Представляется важным законодательно отделить Интернет-СМИ от прочих сайтов в Сети, поскольку журналисты

зарегистрированных СМИ обретают в полной мере соответствующие законодательству в сфере массовой информации права, обязанности и несут регламентируемую законом ответственность. Однако, как уже отмечалось, в современном российском законодательстве нет понятий «Интернет-СМИ», «Интернет-сайт». Данную проблему невозможно решить путем законодательного закрепления статуса СМИ за всеми сайтами в сети Интернет, как это было сделано в 2009 году в Казахстане. Такой подход может не только нанести ущерб профессиональным ценностям журналистики, но и крайне отрицательно повлиять на свободу слова.

В России продолжается работа по созданию норм, при помощи которых можно было бы регулировать деятельность Интернет-СМИ. Важный шаг в этом направлении был сделан в 2010 году Пленумом Верховного суда РФ, принявшим Постановление «О практике применения судами Закона РФ о СМИ». Многие положения этого постановления напрямую касаются Интернет-СМИ, указывают на применимость норм закона к Интернет-СМИ, нацеливают такие СМИ на социально ответственную журналистику.

Тем не менее, в данный момент Закон РФ о СМИ не может в полной мере обеспечить гарантии свободной деятельности Интернет-СМИ, так как не учитывает многих их особенностей. Кроме того, применение закона ограничено рамками регистрации того или иного сайта в качестве СМИ. Недавно принятый Федеральный закон от 14 июня 2011 г. № 142-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере средств массовой информации» (вступает в действие с 10 ноября 2011 года) также не вносит ясность в особенности регулирования деятельности Интернет-СМИ и интернет-журналистов.

Закон вводит понятие «сетевое издание», по которым понимается «сайт в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом». Само по себе определение «сетевое издание» выглядит несколько странно: в журналистской науке давно сложилось понятие «Интернет-СМИ», им широко пользуются ученые и практики.

Внесение изменений вовсе не наводит какой-либо порядок в применимость норм Закона РФ о СМИ к Интернет-СМИ (тем более, названным в законопроекте «сетевыми изданиями»). По сути,

произойдет лишь формализация этого понятия. Законодатель говорит: теперь нормы закона можно применять к «сетевым изданиям», но сами нормы по-прежнему не учитывают специфику СМИ, работающих в Интернете.

Рассматривая вопрос о том, какие сайты в сети Интернет могут быть идентифицированы как СМИ, а какие нет, невозможно обойти стороной феномен блогов. У блогов и Интернет-СМИ есть много общего. Однако при всей своей схожести со СМИ блоги не являются средствами массовой информации. Согласно мнениям Е.В. Вартановой, А.Г. Качкаевой, А.А. Калмыкова, блоги могут быть источником информации, а иногда – и альтернативой СМИ. Тем не менее, блоги нельзя идентифицировать как СМИ, поскольку по своей сути они преследуют другие цели. В частности, они создаются по усмотрению и в интересах автора, в то время как СМИ обслуживают интересы общества либо его отдельных групп, являясь одним из важнейших общественных институтов.

Феномен Интернета оказывает влияние на правовой статус журналиста. Следует отметить, что правовой статус журналиста имеет дуалистическую природу и задается не только «извне» (законами, нормативными актами), но и «изнутри», то есть уровнем правосознания самого журналиста, его пониманием норм закона, своих прав, обязанностей и ответственности.

Первую группу факторов составляет Закон РФ о СМИ, наделяющий журналиста особыми правами, а также регламентирующий обязанности и ответственность журналиста. Вторая группа факторов определяется самим журналистом, его видением себя как субъекта собственной профессии.

Проблема определения статуса журналиста в Интернете ставит вопрос о том, кто же может являться в сети журналистом.

Так же, как блоги отличаются от Интернет-СМИ, так и статус блогера отличен от статуса журналиста. Доказательством этого тезиса служит разница в ответственности журналиста и блогера перед обществом. Журналист, в отличие от блогера, несет ответственность по Закону РФ о СМИ, он связан определенными моральными обязательствами в плане журналистской этики. Вместе с тем, блогеры могут выступать в качестве «народных журналистов», реализуя свое право на свободу слова, оперативно передавать информацию. Однако тот информационный продукт, который журналист производит в

рамках своей профессиональной деятельности, регулируемой законом, блогер создает как любитель.

Статус журналиста в Интернет-СМИ также определяется Законом РФ о СМИ. Но в широком смысле для потребителя информации в Интернете часто неважно, читает он материалы зарегистрированного СМИ или похожего на СМИ сайта. Соответственно, в Интернете стирается грань между восприятием деятельности журналиста, обладающего особыми правами и имеющего определенные обязанности (регламентируемые законом), и тем субъектом, работа которого по многим параметрам совпадает с журналистикой, но таковой не является. В силу этих причин законодательное регулирование журналистики в Интернете в ряде случаев оказывается не столь эффективным, ведь в роли «журналиста» в сети может выступать рядовой пользователь или блогер, то есть, по сути любой желающий. Если система права способна определить в Интернете правовой статус журналиста, работающего в зарегистрированном СМИ, распространить на его деятельность нормы закона, регулировать ее, то ситуация с журналистами незарегистрированных СМИ, рядовыми пользователями, выступающими в качестве журналистов, блогерами, до сих пор является неясной с точки зрения Закона РФ о СМИ.

Вопросы профессиональной этики журналиста в Интернете рассматриваются через призму саморегулирования, которое обозначает и регламентирует этические границы деятельности журналиста в целом и в Интернете, в частности.

Профессиональная мораль формируется в процессе разделения труда и отражает особенности сознания и поведения общности людей, объединенных некой деятельностью. Ее функция – обеспечить такое поведение членов профессиональной группы, при котором данная деятельность приносит наилучшие результаты, оправдывая свое общественное предназначение.

У профессиональной журналисткой морали также есть свои, продиктованные спецификой профессии, основания. Как отмечает Д.С. Авраамов, к ним относятся, например, личные убеждения работников СМИ. Кроме этого, профессиональная мораль основана на системе оценок поведения журналиста в отношениях с коллегами и обществом.

Сетевые журналисты и работники традиционных СМИ принадлежат к одному общественному институту (институту средств

массовой информации) и к одному профессиональному сообществу (сообществу журналистов). Все они являются носителями общей профессиональной морали, выраженной в сводах и правилах, принятых журналистским сообществом. В то же время условия работы, технические средства, способы подготовки и передачи информации у работников печатных СМИ, теле- и радиожурналистов и журналистов Интернет-СМИ различаются порой радикально. Это обстоятельство влияет и на этический аспект деятельности журналистов, придавая общепрофессиональной этике определенную специфику в зависимости от того, в какой медиасреде и в каком направлении работает журналист.

Специфика Интернет-среды, в том числе и свойственные только Интернету технологии распространения информации, также накладывают свой отпечаток на этические стороны деятельности журналиста.

Принципы профессиональной морали журналиста находят конкретное воплощение в профессиональной этике. За понятием «профессиональная этика» закрепились два значения. С одной стороны, это наука о профессиональных особенностях морали в рамках данной профессии. С другой – свод норм и правил профессиональной морали.

В журналистской науке существует множество взглядов на профессиональную этику, однако преобладающей сегодня становится деонтологическая теория этики журналиста как системы долженствований. Эта теория представлена в трудах Е.П. Прохорова, Г.В. Лазутиной, Д.С. Аврамова, Э.Б. Ламбета и ряда других. Деонтологический подход зиждется на двух фундаментальных категориях - долге и ответственности, при этом ряд ученых отдают приоритет первому понятию (например, Г.В. Лазутина, поместившая долг на вершину этической пирамиды), другие - второму (этот подход выражен, например, в заключении комиссии под руководством Р.У. Хатчинса), а третьи распространяют систему долженствований на весь комплекс правовых и этических отношений, возникающих в процессе деятельности журналиста (такой расширительный подход обоснован Е.П. Прохоровым в ряде трудов).

Исходя из данных теорий, журналистская этика понимается как движение журналистского сознания и определяемого им поведения между двумя «пунктами» – профессиональным долгом и социальной ответственностью. Ориентирами на этом пути служат этические принципы, нормы, правила, требования и ограничения, установленные журналистским сообществом (например, принципы честности,

справедливости, толерантности, уважения прав граждан; требования о сохранении конфиденциальности; ограничения при освещении трагедий или террористических актов и так далее). Когда равные по значимости принципы и требования этики вступают в противоречие, возникает проблема морального выбора (например, сознавая, что его материал, имеющий большое общественное значение, может причинить вред людям, о которых в нем рассказывается, журналист должен выбрать: опубликовать его или нет).

Кодификация этических норм и правил позволяет журналисту найти верные ориентиры в ситуации морального выбора.

В России процесс формирования этических правил и норм, принятых в демократической прессе, в силу исторических и идеологических причин начался позже, чем в развитых странах Запада. Первым документом медийного саморегулирования в постперестроечной России стал Кодекс профессиональной этики советского журналиста, принятый в апреле 1991 года последним съездом Союза журналистов СССР. Среди провозглашенных в нем принципов выделялись: социальная ответственность журналиста, объективность, правдивость, уважение чести и достоинства личности, профессиональная солидарность и другие. В последующем основные положения данного Кодекса вошли в Московскую хартию журналистов (1994 г.), в Кодекс профессиональной этики российского журналиста (1994 г.) как основной документ саморегулирования журналистского сообщества, а также в отраслевые и внутриредакционные документы медийного саморегулирования.

Сегодня в России единственным действующим органом саморегулирования в сфере СМИ является Общественная коллегия по жалобам на прессу. Согласно ее Уставу, Коллегия учреждается как «независимая структура гражданского общества, осуществляющая саморегулирование и сорегулирование в сфере массовой информации». Отсутствие в России этических нормативов, кодексов, сводов правил, специально посвященных Интернет-СМИ, создает определенные сложности для самой Коллегии. Поэтому Коллегия в своих решениях по подобным делам опирается на общие принципы профессиональной этики, зафиксированные в Кодексе профессиональной этики российского журналиста, и с помощью привлеченных экспертов толкует их применительно к конкретной ситуации в меру своего представления об особенностях сетевой журналистики. В частности, в решении от 11 августа 2009 года по делу москвички Беляевой

поставлен вопрос о добросовестности технологии «новостного агрегатора». Таким образом, Коллегия по жалобам на прессу не только выполняет функции общественного суда, но и указывает на нерешенные этические вопросы в сфере Интернет-СМИ.

Необходимо совершенствовать действующую систему саморегулирования в сфере СМИ с учетом изменившейся реальности (возникновение новых видов медиа, депрофессионализация журналистики, неопределенность в регулировании деятельности интернет-журналистов). Автор согласен с исследователями (Ю.М. Батуриным, М.А. Федотовым и рядом других), полагающими, что регулирование профессиональной деятельности журналистов надо выводить из сферы государственного вмешательства и передавать в сферу саморегулирования.

Институт профессионального саморегулирования, в какой бы форме он ни развивался, не должен сводиться только к механизмам альтернативного разрешения споров в сфере массовой информации. Одной из задач медийного саморегулирования могла бы стать разработка неких стандартов журналистской деятельности, которым должен соответствовать носитель этой профессии.

В своей практической работе журналист выступает в трех «ипостасях»: во-первых, он представитель своей профессии и в этом качестве является носителем профессиональной морали, «службой» профессионального долга. Во-вторых, он работник конкретного СМИ, а, значит, он обязан соблюдать устав редакции и следовать редакционной политике своего издания. В-третьих, журналист – личность, человек со своей гражданской и жизненной позицией, со своими взглядами и представлениями, которые шире норм профессиональной этики – точно так же, как общечеловеческая мораль шире профессиональной морали любого сообщества людей. Данные особенности статуса журналиста достаточно подробно отражены в Кодексе профессиональной этики.

В условиях Интернета сохранение равновесия между «тремя ипостасями» журналиста осложняется специфическими свойствами самих Интернет-СМИ. Подробному анализу в этой связи подвергнуты методы, с помощью которых редакции Интернет-СМИ добиваются увеличения числа просмотров с целью повышения доходов от рекламы («раздувание» информации за счет гиперссылок, технологии баннерообмена, шокирующие заголовки и т.п.). Во многих случаях эти

методы приводят к этическим нарушениям и вовлекают журналистов в недобросовестные действия.

На интернет-журналистов распространяются положения Кодекса профессиональной этики российского журналиста. Анализ нормативных актов журналистского сообщества и этических коллизий в практике работы ряда Интернет-СМИ позволяет сделать вывод о том, что специфика Интернета не позволяет полностью перенести в виртуальное пространство нормы привычных кодексов этики с тем, чтобы они обеспечивали полноценное саморегулирование деятельности журналиста в Интернете. Например, в Кодексе сказано: 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; 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. Действительно, на сайте своего Интернет-СМИ журналист может устранить ошибку, однако он не в состоянии внести исправления в текст, который уже растиражирован неизвестным числом сайтов и под которым, возможно, осталась стоять его фамилия. Та же коллизия возникает в случаях, когда суд или надзорный орган принимают решения, обязывающие удалить с сайта СМИ ту или иную информацию. Редакция удаляет публикацию, но эта информация все равно остается в Интернете, причем навсегда. То есть, устранение этических нарушений в условиях Интернета не является окончательным.

Для более эффективного регулирования этических аспектов деятельности журналиста в Интернете необходимо учитывать специфику Сети, где существует своя терминология, свои правила и нормы, представления о допустимом и недопустимом. Поэтому в своей работе интернет-журналист должен руководствоваться не только профессиональным этическим кодексом, но и нормами сетевой этики, выработка которых активно идет как в западном, так и в отечественном сегменте Интернета.

Впервые этические аспекты регулирования деятельности в сети были обозначены термином «нетикет» (netiquette - от англ. net и etiquette, «сеть» и «этикет») еще в 1980-х годах в сети Фидонет. «Категорию «нетикет» можно определить как «традиционные правила поведения, общения в Сети, культуры сетевого сообщества, на

соблюдение которых ориентируется большинство участников сетевого общения».

Нетикет как свод правил также претерпел изменения в процессе развития Сети. Первым кодексом, регулирующим поведение в Интернете, был «RFC 1855» («Request for Comments»), опубликованный в 1995 году организацией IETF (Специальной комиссией интернет-разработок), работающей под эгидой ISOC (международная организация «Internet Society»). Этот кодекс учитывал целый ряд ситуаций, возникающих между пользователями сети, постулировал борьбу с оскорблениями, переходом на личности, рекламой и саморекламой в не предназначенных для этого местах, клеветой и иной злонамеренной дезинформацией или плагиатом.

С течением времени правилами нетикета обзавелась и блогосфера. Не так давно стал известен «Кодекс поведения для блогеров», созданный автором концепции Web 2.0 Тимом О'Рейли и разработчиком Wikipedia Джимми Уэйлсом. Кодекс состоит из семи пунктов. Наиболее важным его определением является «unacceptable content» - «недопустимое содержание». К этому понятию относятся информация, которая: а) оскорбляет другого человека или угрожает ему; б) является ложной; в) нарушает авторские права; г) нарушает обязательства о конфиденциальности; д) вмешивается в личную жизнь третьих лиц.

В России с 2008 года действует общественная программа «Чистый интернет». Старт этой программе дала рабочая группа Партнерства для развития информационного общества на Северо-Западе России (ПРИОР Северо-Запад). Основные положения программы также были выработаны и в ходе консультаций в аппарате полномочного представителя Президента РФ в Северо-Западном федеральном округе, с общественными организациями, аналитическими центрами и коммерческими структурами.

Наиболее точное определение понятию «чистый Интернет», на наш взгляд, дано В.Н. Монаховым: «"Чистый Интернет" - это такое состояние интернет-среды жизнедеятельности человека, при котором вредное воздействие факторов этой среды на человека минимизировано до уровня, обеспечивающего социально и личностно благоприятные условия его жизни».

Проблема формирования норм сетевого поведения стоит сегодня перед Рунетом очень остро, что отражено, например, в «Манифесте сети» А.В. Шкреда: «Необходим принцип разделения властных

функций: «законодательной», «исполнительной» и «судебной» структур Сети, то есть создавать и внедрять нормы и вершить правосудие должны различные органы и люди». «Отсутствие какой-либо законодательной базы, регулирующей поведение в Сети, и одновременно создание некоторыми личностями собственных «законов» - вот два факта, способствующие росту хаоса, напряжению ситуации и распространению методов недобросовестной конкуренции в Сети», - пишет также А.В. Шкред.

Таким образом, интернет-сообщество дозрело до понимания, что в современной ситуации особую значимость приобретает сетевое саморегулирование, практика которого еще только начинает складываться.

Гармоничное сочетание медийных и сетевых инструментов саморегулирования позволит интернет-журналистам иметь комплексное представление об этических стандартах, которыми они должны руководствоваться в своей профессии.

Для регулирования и этического саморегулирования деятельности журналиста в Интернете целесообразно принять следующие меры:

1. Закрепить в законодательстве понятия «Интернет», «Интернет-СМИ», «блог», что позволит более полноценно регламентировать деятельность Интернет-СМИ и отделить фигуру журналиста от прочих пользователей Интернета, конкретизировав тем самым статус журналиста в сети.

2. Поскольку правовой статус журналиста имеет дуалистическую природу и определяется не только нормами Закона о СМИ, но и уровнем правосознания самого носителя данной профессии, необходимо побуждать журналистов Интернет-СМИ к более внимательному изучению законодательства в сфере массовой информации.

3. Усиливать медийное саморегулирование путем разработки правил и стандартов журналистской деятельности в Интернете.

4. Предложить редакциям Интернет-СМИ при приеме на работу сотрудников знакомить их с Кодексом профессиональной этики российского журналиста и другими документами этического саморегулирования.

5. Объединить усилия медийного и интернет-сообщества для выработки общих норм и правил этики журналиста в Интернете.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Статус СМИ в Интернете, их признаки.
- Статус журналиста в Интернете: правовой и этический аспекты.
- Блоги как вид медиа.
- Конвергентная журналистика и этические нормы.
- Правила нетикета, "Манифест сети", общественная программа "Чистый интернет".
- Изменения 2014 г. в законодательстве о СМИ, касающиеся статуса интернет-сайтов.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 8.

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 8.

Список литературы

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

2. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

3. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 8

Этические проблемы фотожурналистики

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Основные принципы этических кодексов фотожурналистов разных стран. Специфика фотоиллюстрации. Фотомонтаж. Проблема объективности/субъективности в фотожурналистике. Особенность работы фоторепортера. Соблюдение норм авторского права. Корректность при освещении конфликтов. Способствование всестороннему культурному развитию читателя и повышению его

образовательного уровня. Защита прав несовершеннолетних и общественной морали, утверждение роли духовных ценностей.

Цель: формирование теоретических представлений об этических проблемах фотожурналистики, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений об основных принципах этических кодексов фотожурналистики разных стран, о специфике соблюдения норм авторского права;

анализ проблем объективности/ субъективности, нравственности в фотожурналистике;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Охарактеризуйте основные принципы этических кодексов фотожурналистов разных стран.

2. В чем заключается этическая специфика фотоиллюстрации, фотомонтажа?

3. Как решаются проблемы объективности/субъективности в фотожурналистике?

4. Каковы особенности работы фоторепортера? С какими трудностями нравственного выбора он сталкивается?

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагменты научной статьи С.Н. Балашовой "Право интеллектуальной собственности в фотожурналистике" (2009, МГУ; <http://www.mediascope.ru/node/411>)

Возникновение авторского права на фотографию

Среди объектов, охраняемых авторским правом, ГК РФ прямо называет «фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии» (п. 1 ст. 1259 ГК РФ). Авторское право на фотографию (как и на любое другое произведение науки и искусства) возникает в силу факта ее создания. По общему правилу «для возникновения, осуществления и защиты авторских прав

не требуется регистрации произведения или соблюдения каких-либо иных формальностей» (п. 4 ст. 1259 ГК РФ).

Это означает, что фотографу совсем не обязательно регистрировать свои фотографии (например, в авторском обществе) или опубликовывать их. Формальности, от которых освобождается автор, подробно изложены в п. 1 ст. III Всемирной конвенции об авторском праве 1952 г.

В Кодексе указывается, что «правообладатель для оповещения о принадлежащем ему исключительном праве на произведение вправе использовать знак охраны авторского права, который помещается на каждом экземпляре произведения и состоит из следующих элементов:

- латинской буквы «С» в окружности: ©;
- имени или наименования правообладателя;
- года первого опубликования произведения» (ст. 1271 ГК РФ).

Эта норма – не обязательное правило, а рекомендация. Фотограф может воспользоваться ей, но может и не делать этого. Отсутствие такого знака не лишает автора его прав. В то же время наличие копирайта не создает каких-либо дополнительных привилегий и носит скорее информационный характер, чем правовой.

Следует также отметить, что автором фотографического произведения (как и любого произведения по общему правилу) признается гражданин, творческим трудом которого оно было создано (п. 1 ст. 1228 ГК РФ). Лица, не внесшие личного творческого вклада в создание фотографии, «в том числе оказавшие... автору только техническое, консультационное, организационное или материальное содействие или помощь либо только способствовавшие оформлению прав..., а также граждане, осуществлявшие контроль за выполнением соответствующих работ» авторами не являются. Кроме того, ст. 1257 Кодекса гласит: «лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения, считается его автором, если не доказано иное». При этом не обязательно писать на каждом снимке: «автор фотографии – Иванова Анна», достаточно будет указать свою фамилию.

Неимущественные права фотографа

За фотографом как за автором фотографического произведения закрепляются личные неимущественные и исключительные имущественные права. Главный принцип, из которого исходит Кодекс, разделяя авторские права на две группы, заключается в том, что личные неимущественные права принадлежат только автору произведения, они

неотчуждаемы и непередаваемы. Напротив, имущественные права могут быть переданы другим лицам (гражданам или организациям).

Одним из важнейших прав фотографа является право авторства, то есть право признаваться автором фотографического произведения. Именно оно гарантирует защиту интересов фотографа в случае плагиата (присвоения результата чужого творческого труда). Право авторства неотделимо от личности автора, оно возникает с момента создания произведения и охраняется бессрочно, независимо от того, было произведение обнародовано или нет, используется ли оно третьими лицами или не используется.

Право на имя означает, что фотограф вправе использовать или разрешать использование фотографии под своим именем, под вымышленным именем (псевдонимом), или анонимно (п. 1 ст. 1265 ГК РФ). Автор имеет право требовать, чтобы его имя (псевдоним) не искажалось и указывалось каждый раз при использовании фотографии. «При отсутствии особого указания со стороны автора произведение обозначается либо фамилией, именем и отчеством автора, либо его фамилией и инициалами (инициалом). Требования автора об изменении этих условий являются законными». Как и право авторства, право на имя неотчуждаемо и непередаваемо. Следует отметить, что если снимок подписан только инициалами, то он считается анонимным. Согласно Кодексу автор может в любой момент раскрыть свой псевдоним или аноним; раскрытие личности автора без его согласия является нарушением. Часто после имени автора фотографии указывается название фотоагентства или издания, в котором он работает.

Важнейшим правом фотографа является право на неприкосновенность своего произведения и защиту его от любого изменения и искажения (п. 1 ст. 1266 ГК РФ). Согласно этой норме нарушением будет не только кадрирование фотографии, устранение или добавление новых элементов, но и замена цвета, создание коллажа с элементами чужого фотоснимка.

С одной стороны, данное правило призвано оградить произведения от «посягательства» третьих лиц. Это особо актуально для цифровой фотографии в силу ее специфики, а также в связи с активным развитием программ обработки изображений.

С другой стороны, норма о защите произведения от искажения содержит и негативный момент. Так, не допускается без согласия автора снабжение фотографии комментариями или пояснениями (ст.

1266 ГК РФ), даже если они не порочат честь и достоинство автора и не искажают замысел его произведения. Это означает, что использовать произведение без разрешения автора (в случаях, предусмотренных законом) можно, а комментировать без его согласия нельзя. Такое положение создает много трудностей для журналистов, которым важна оперативность информации. Если произведение издано анонимно, понадобится не один день, чтобы найти автора и получить у него разрешение. Тем не менее, никакие трудности не освобождают СМИ от обязательств перед авторами, а незнание – от ответственности за нарушение авторских прав.

Защищая произведение от искажения, Кодекс в то же время допускает внесение в него изменений после смерти автора (если это не противоречит воле автора и не искажает замысла произведения) лицами, обладающими исключительным правом на данное произведение (п. 1 ст. 1266 ГК РФ). При этом воля автора должна быть определенно выражена в завещании, письмах, дневниках или иной письменной форме. Эта норма необходима в первую очередь для того, чтобы (с согласия правообладателя) можно было снабжать фотографии пояснительным текстом, комментариями, уточнениями и т.п. автора.

Право на обнародование фотографии – это право фотографа самому осуществлять или давать согласие на осуществление действия, которое впервые делает фотографию доступной для всеобщего сведения, путем ее опубликования, публичного показа либо сообщения в эфир или по кабелю (ст. 1268 ГК РФ). При этом не имеет значения, сколько лиц фактически увидело фотографию, достаточно будет того, что она была доступна для всеобщего сведения.

По общему правилу никто не может обнародовать произведение против воли автора. Если произведение не было обнародовано при жизни автора, оно может быть обнародовано после его смерти, лицом, обладающим исключительным правом на произведение, если это не противоречит воле автора, выраженной им в письменной форме (завещании, письмах, дневниках).

Право на отзыв означает право фотографа отказаться от ранее принятого решения об обнародовании фотографии. Основанием такого решения могут быть трансформация творческих взглядов или мировоззрения автора, изменение внешних обстоятельств, желание использовать иной способ обнародования... Юридического значения эти обстоятельства не имеют. Фотограф не обязан обосновывать и доказывать уважительность причин отзыва фотографического

произведения. Если снимок уже был опубликован, автор должен публично оповестить о его отзыве. Он так же может изъять из обращения выпущенные в свет экземпляры, возместив причиненные этим убытки (ст. 1269 ГК РФ). Если речь идет о необнародованном произведении, на автора так же возлагается обязанность возместить убытки правообладателю, которому передано или отчуждено исключительное право на его использование. Данная норма не распространяется на служебные произведения. После отзыва обнародованного фотоснимка, он снова охраняется в режиме необнародованного произведения.

Одним из важнейших субъективных прав автора является право на опубликование, которое дает возможность автору контролировать выпуск в обращение материальных носителей, в которых воплощено его произведение. Под опубликованием (выпуском в свет) понимается «выпуск в обращение экземпляров произведения, представляющих собой копию произведения в любой материальной форме, в количестве, достаточном для удовлетворения разумных потребностей публики исходя из характера произведения» (п.1 ст. 1268 ГК РФ).

Имущественные права фотографа

Гражданский кодекс закрепляет за автором исключительное (имущественное) право на использование своего произведения в «любой форме и любым не противоречащим закону способом» (п. 1 ст. 1270 ГК РФ), другими словами, фотограф сам вправе решить, каким образом его фотография будет использована, а так же доступна третьим лицам. Изначально имущественное право возникает у автора (за исключением права на служебные произведения), но в последствие оно может быть передано другому лицу по договору или перейти к наследникам автора на установленный срок.

Гражданский кодекс содержит довольно большой перечень действий, которые считаются использованием произведения, но это не означает, что он носит исчерпывающий характер. Следует учитывать и нетрадиционные способы использования, как существующие, так и те, которые могут появиться с развитием новых технологий.

Основополагающим имущественным правом фотографа является право на воспроизведение своей фотографии. То есть фотограф может создавать один или более экземпляров фотографии в любой материальной форме (подпункт 1 п. 2 ст. 1270 ГК РФ). При этом «запись произведения на электронном носителе, в том числе запись в память ЭВМ, так же считается воспроизведением», за исключением тех

случаев, «когда такая запись является временной и составляет неотъемлемую... часть технологического процесса...» (подп. 1 п. 2, ст. 1270 ГК РФ).

Следующим способом использования произведения является его распространение «путем продажи или иного отчуждения... оригинала или экземпляров» (подп. 2. п. 1. ст. 1270 ГК РФ). С данной нормой тесно связано положение ст. 1272 о распространении оригинала или экземпляра произведения. Следует подчеркнуть, что в данном случае речь идет не о правах, а о самом материальном носителе. Если фотография была правомерно опубликована и введена в гражданский оборот путем продажи, то дальнейшее ее распространение разрешается без согласия автора и без выплаты ему авторского вознаграждения (ст. 1272 ГК РФ). Другими словами, согласие автора требуется лишь на первую продажу экземпляров, после чего фотографическое произведение (но не права) может перепродаваться третьим лицам. В этом заключается принцип «исчерпания исключительных авторских прав» (англ. exhaustion). Владелец фотографии может подарить ее, продать, обменять и т. д., не нарушая при этом авторских прав фотографа. Однако, любое другое использование экземпляра (предусмотренное ст.1270 ГК РФ) допускается только с согласия владельца исключительных прав на данное произведение.

Непосредственно с правом на распространение связано исключительное право на импорт оригинала или экземпляров фотопроизведений (подп. 4 п. 2 ст.1270 ГК РФ). Под импортом понимается пересечение материальным носителем государственной границы Российской Федерации. Установленное право дает возможность фотографу осуществлять контроль за ввозом экземпляров, изготовленных за границей.

Импортировать свои работы автор может не только на территорию России, но и на территорию зарубежных стран. Однако не стоит забывать, что произведение, которое не пользуется правовой охраной в той или иной стране, будет использоваться там свободно.

Права на публичный показ и публичное исполнение предполагают доступность произведения для значительного количества лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи. Так как второе право не может быть реализовано по отношению к фотографии, остановимся подробно на праве на публичный показ. Согласно Кодексу под показом произведения понимается «любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения непосредственно либо на экране с помощью

пленки, диапозитива, телевизионного кадра или иных технических средств...независимо от того, воспринимается произведение в месте его демонстрации или в другом месте одновременно с демонстрацией произведения» (подп. 6 п. 2 ст.1270 ГК РФ). В отличие от исполнения, при котором между произведением и публикой всегда есть связующее звено (исполнитель), публичный показ – это непосредственно прямой контакт зрителя с произведением. Публичным показ признается тогда, когда он происходит в месте, открытом для свободного посещения (музеях, выставочных залах, холлах гостиниц и т. п.), а так же в иных местах, где присутствует число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи (школах, вузах и т. п.). При этом не имеет значения, берется ли плата за посещение данного места или нет (подп. 6 п. 2 ст. 1270 ГК РФ).

Наиболее распространенной формой публичного показа фотографических произведений является фотовыставка. Право на публичный показ распространяется как на необнародованные, так и на обнародованные (в том числе путем опубликования) фотоработы.

Важным имущественным правом фотографа является право разрешать сообщать свое произведение путем передачи в эфир (трансляции). Фотографии часто используются в телепередачах и кинофильмах как иллюстрации, документальные источники информации, средства выразительности и проч. Согласно Кодексу под сообщением в эфир понимается «любое действие, посредством которого произведение становится доступным для слухового и (или) зрительного восприятия независимо от его фактического восприятия публикой» (подп. 7 п. 2 ст. 1270 ГК РФ). Ретрансляция – то есть передача в эфир переданных ранее произведений, так же является частью данного права и может осуществляться только с разрешения автора.

Поскольку речь идет о фотографическом произведении, право на перевод на него не распространяется. Поэтому целесообразно говорить о праве на переработку, которое включает в себя возможность фотографа создавать производное от первоначального произведение либо давать разрешение на его создание. Безусловно, среди перечисленных вариантов переработки произведения (обработка, аранжировка, инсценировка) к фотографии применима только обработка. Но что конкретно имеется в виду под этим понятием, в Кодексе не уточняется. Не стоит путать понятия изменение и переработка произведения. Переработкой фотографического

произведения будет являться создание на его основе графического рисунка или комикса. Стоит отметить, что этот процесс носит творческий характер, а значит, производные произведения являются самостоятельными объектами авторского права. Разумеется, для этого должны быть соблюдены права автора оригинала.

В соответствии с подп. 11 п. 2 ст. 1270, автор фотографического произведения имеет право на доведение своего произведения до всеобщего сведения таким образом, «что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время по собственному выбору». Это означает, что фотограф вправе разместить свой снимок в сети интернет. Любое использование в интернете фотографии без согласия автора является нарушением. Последний пункт, пожалуй, самый актуальный на сегодняшний день, но об этом речь пойдет позже. Помимо названных прав в Кодексе предусмотрены так называемые «иные» права, в том числе право на вознаграждение за использование служебного произведения (п. 2 ст. 1285 ГК РФ). Размер, условия и порядок выплаты вознаграждения определяются в трудовом договоре между фотографом и работодателем, а в случае спора – устанавливается судом.

Срок действия исключительного права

Исключительное право на использование фотографического произведения действует в течение всей жизни автора и семидесяти лет после его смерти, «считая с первого января года, следующего за годом смерти автора» (п. 1 ст. 1281 ГК РФ). Согласно Федеральному Закону от 18 декабря 2006 года «О введении в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» эта норма применяется и в тех случаях, когда «пятидесятилетний срок действия авторского права или смежных прав не истек к 1 января 1993 года».

Из общего правила, установленного пунктом 1 ст. 1281, есть ряд исключений, о которых фотографу необходимо знать.

Если фотографии были выпущены в свет анонимно или под псевдонимом, срок охраны исключительного права на них действует в течение семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом их правомерного обнародования (п. 2 ст. 1281 ГК РФ). В случае если фотограф решит раскрыть свою личность в течение указанного срока или его личность не будет оставлять сомнений, защита его прав осуществляется по общим правилам, то есть в соответствии с п. 1 ст. 1281. Исключительное право на фотоснимки, обнародованные после смерти автора, действует в течение семидесяти лет после их

обнародования, считая с 1 января года, следующего за годом обнародования, но при условии, что фотографии были обнародованы в течение семидесяти лет после смерти автора (п. 3 ст. 1281 ГК РФ). Следующее исключение касается авторов, которые были репрессированы и реабилитированы посмертно. Срок действия исключительного права, в таком случае, считается продленным и составляет семьдесят лет с 1 января года, следующего за годом реабилитации. Увеличение срока охраны авторских прав предусмотрено, если автор работал во время Великой Отечественной войны или участвовал в ней. В таком случае действие исключительного права продляется на четыре года. Это важно знать не только наследникам и правопреемникам автора, но и издателям.

К сожалению, многие издатели и пользователи не хотят признавать того, что у фотографий, которые известны всем еще со страниц школьных учебников, есть авторы, а у авторов – наследники, с которыми нужно считаться.

Свободное использование произведения

Законодательство об интеллектуальной собственности не должно вступать в противоречие с интересами общества, особенно когда речь идет о доступе к знаниям и информации. Поэтому в Кодексе предусмотрены случаи свободного использования произведения без согласия автора и выплаты ему вознаграждения. В частности, допускается свободное воспроизведение правомерно обнародованного фотографического произведения в личных целях (ст. 1273 ГК РФ). То есть гражданин вправе, скачав из сети фотографию, установить ее в качестве заставки на рабочем столе компьютера либо повесить на стену и т.п. Данная норма распространяется только на физические лица, но не на организации. Последние не могут использовать произведение без согласия автора и выплаты гонорара, даже если они действуют по заказу какого-либо гражданина.

В статье 1273 содержится уточнение о том, что свободно использоваться могут только «правомерно обнародованные» произведения. В отличие от предыдущей нормы (в которой под личными целями подразумеваются любые действия личного характера), статья 1274 устанавливает конкретные способы свободного использования произведения. Кроме того, в ней содержится обязательное условие указывать имя автора и источник заимствования каждый раз при таком использовании. Итак, разрешается без согласия автора и выплаты ему вознаграждения цитирование в научных,

информационных, критических и полемических целях в объеме, оправданном целью цитирования. Очевидно, что данная норма не применима к фотографии, хотя в судебной практике имеются случаи, когда ответчик утверждал, что процитировал фотографические произведения истца, а потому действовал на законных основаниях. Довод ответчика был признан безосновательным. Под цитированием понимается включение части одного произведения в другое для более полного раскрытия какого-либо тезиса, мысли автора либо для их опровержения. Обычно цитирование осуществляется в письменных (редко в музыкальных и аудиовизуальных) произведениях, но не в фотографических. Тем не менее, данный вопрос остается для фотографа открытым.

Совсем иначе обстоит дело со свободным использованием фотографий в качестве иллюстраций в изданиях, телепередачах и видеозаписях учебного характера. Так, в учебнике по бильд-редактированию в качестве примеров удачной композиции могут быть использованы фотографии без согласия автора и выплаты ему вознаграждения.

Далее, «допускается воспроизведение или сообщение для всеобщего сведения в обзорах текущих событий средствами фотографии, кинематографии, путем сообщения в эфир или по кабелю произведений, которые становятся увиденными или услышанными в ходе таких событий, в объеме, оправданном информационной целью» (подп. 5 п. 2 ст. 1274 ГК РФ). Например, репортаж о фотовыставке трудно представить без показа самих фотографий.

Наконец, согласно п. 3 ст. 1274 допускается без согласия автора и выплаты ему вознаграждения создание и использование «произведения в жанре литературной, музыкальной или иной пародии либо в жанре карикатуры на основе другого (оригинального) правомерно обнародованного произведения...». Здесь скорее следует говорить о коллаже, который сегодня довольно популярен в фотожурналистике. Первоначально коллажом (франц. collage – букв. – наклеивание) назывался прием в изобразительном искусстве, который заключался в наклеивании на какую-либо основу материалов, отличающихся от нее по цвету и фактуре. Впервые в русский язык этот термин ввел Анатолий Брусиловский в 1962 г. В современном значении коллаж – это создание целого изображения из отдельных фрагментов при помощи компьютерных программ (например, Adobe Photoshop). В основе создания коллажа – работа со слоями, которые

смешиваются или накладываются друг на друга. Этот довольно трудоемкий процесс, требующий терпения и мастерства. Программы обработки изображений постоянно совершенствуются и модернизируются, позволяя создавать интересные произведения. Ярким примером могут служить коллажи Андрея Дорофеева на первых полосах «АиФ».

Является ли коллаж пародией или карикатурой, либо содержит в себе элементы этих жанров, сказать очень трудно, это могут установить только специалисты путем экспертизы. Если рассматривать коллаж как производное произведение, то согласно Кодексу признание его самостоятельным объектом авторского права возможно лишь в том случае, когда соблюдены права авторов всех использованных при его создании снимков.

Отдельная статья Кодекса допускает «свободное использование произведения, постоянно находящегося в месте, открытом для свободного посещения» (ст. 1276 ГК РФ). Допускается без согласия автора и без выплаты вознаграждения воспроизведение, сообщение в эфир или по кабелю фотографических произведений, «которые постоянно находятся в месте, открытом для свободного посещения, за исключением случаев, когда изображение... является основным объектом этого воспроизведения... либо... используется в коммерческих целях». К сожалению, данная норма содержит много нечетких формулировок, что вызывает трудности при ее толковании. Так, остается не до конца понятным, что именно можно считать местом, открытым для свободного посещения. Вероятно, к этой категории относятся музеи, выставочные залы, магазины и т.п. Вопрос о том, является ли интернет местом, открытым для свободного посещения долго был предметом дискуссии. Окончательную точку поставила судебная практика – использование произведения, размещенного в интернете, допускается только с согласия автора и выплатой ему вознаграждения.

Напротив, экспонируемую в музее фотографию можно свободно воспроизводить, передавать в эфир или по кабелю. При этом не стоит забывать о дух важных условиях, установленных ст. 1276 ГК. Во-первых, фотография должна находиться в месте, открытом для свободного посещения постоянно, а во-вторых, не должна быть основным объектом воспроизведения (сообщения) или использоваться в коммерческих целях. Так, помещение фотографии на выставке,

приуроченной к какому-либо событию, не может рассматриваться как постоянное.

Следующее ограничение состоит в том, что фотография не должна быть основным объектом использования. Она может быть фоном, частью общего плана и т.п. И наконец, не допускается воспроизведение (сообщение) фотопроизведения, постоянно расположенного в месте, открытом для свободного посещения, если это воспроизведение осуществляется в коммерческих целях.

Служебные произведения

Отсутствие точного полного определения понятия «служебное произведение» создает некоторые трудности, позволяя по-разному трактовать его содержание. Профессор Сергеев считает, что служебным является произведение, «созданное в порядке выполнения служебного задания, причем содержанием такого задания должно быть именно создание такого произведения». По мнению Е. Павловой, понятие «служебное произведение» «включает только произведения, созданные в пределах установленных для работника трудовых обязанностей. Согласно ст. 15 Трудового кодекса РФ трудовыми отношениями признаются отношения, основанные на соглашении между работником и работодателем о личном выполнении за плату трудовых функций, т.е. работы по определенной специальности, квалификации или должности, подчинении работника правилам внутреннего трудового распорядка.

Если работодатель ведет трудовую книжку работника, оплачивает отпуск и больничный лист, то это явные признаки трудовых отношений. Но в большинстве случаев между работником и работодателем заключается трудовой договор, в рамках которого и возникают служебные обязанности. Они должны быть четко сформулированы и подробно прописаны в договоре, либо (если договор отсутствует) в должностных инструкциях предприятия. Например, фотограф помимо проведения фотосъемки может написать статью, но статья не будет являться служебным произведением, поскольку написание текстов не входит в обязанности фотографа (если это не предусмотрено в трудовом договоре).

Согласно п. 1 ст. 1295 «Авторское право на ...служебное произведение принадлежит автору». В этом принципиальное отличие российского законодательства об интеллектуальной собственности от законодательства многих стран, в которых авторское право на служебное произведение принадлежит работодателю. Однако не стоит трактовать норму ст. 1295 расширительно, поскольку под авторским

правом в данном случае следует понимать не все права в полном объеме, а только личные неимущественные права, в частности право авторства, право на имя, право на неприкосновенность произведения, право на обнародование. Исключительное право на использование служебного произведения согласно п. 2 ст. 1285 сохраняется за работодателем. Это означает, что автор не может без согласия работодателя использовать служебное произведение, в то время как работодатель вправе не только распоряжаться произведением, но и передавать право на его использование третьим лицам. Кроме того, работодатель «может при использовании служебного произведения указывать свое имя или наименование либо требовать такого указания» (п. 3 ст. 1295 ГК РФ). Нововведением, направленным на улучшение положения авторов, стала норма, ограничивающая в некотором смысле права работодателя. «Если работодатель в течение трех лет со дня, когда служебное произведение было предоставлено в его распоряжение, не начнет использование этого произведения, не передаст исключительное право на него другому лицу или не сообщит автору о сохранении произведения в тайне, исключительное право на служебное произведение принадлежит автору» (п. 2 ст. 1295 ГК РФ). Если работодатель реализует в течение трех лет это право, автор служебного произведения, имеет право на вознаграждение согласно п. 2 ст. 1295.

Защита авторских прав фотографов

Под защитой авторских прав понимается совокупность мер, направленных на восстановление или признание авторских...прав и защиту интересов их обладателей при их нарушении или оспаривании. Незаконное использование произведений является контрафактным. Понятие контрафакт происходит от латинского *contrafactio* – подделка. Согласно п. 4 ст. 1252 контрафактными являются материальные носители, «изготовление, распространение или иное использование, а также импорт, перевозка или хранение» которых приводит к нарушению исключительного права.

Специалисты выделяют два вида контрафакта. В первом случае контрафактными могут быть признаны сами экземпляры в силу факта их создания. Во втором случае контрафактность возникает в связи с незаконным использованием экземпляров (даже если они сами являются законными). Согласно п. 4 ст. 1252 материальные носители, признанные контрафактными, «по решению суда подлежат изъятию из оборота и уничтожению без какой бы то ни было компенсации, если

иные последствия не предусмотрены настоящим Кодексом». Кроме того, подлежит изъятию и уничтожению: «оборудование, прочие устройства и материалы, главным образом используемые или предназначенные для совершения нарушения исключительных прав...». Изъятие и уничтожение осуществляется так же по решению суда и за счет нарушителя.

Согласно общему правилу, требовать защиты нарушенных прав может сам автор, его уполномоченный представитель, иные правообладатели (издательства, пользователи). После смерти автора защиту прав осуществляют наследники либо лица, на которых была возложена такая обязанность по завещанию. Кроме этого требования по охране прав могут быть заявлены авторскими обществами или прокурором. Защита прав, переданных по договору, возлагается на получателя. Если получатель не выполняет свои обязанности, автор или его наследники вправе самостоятельно осуществлять защиту своих прав. В законодательстве предусмотрены административные, уголовные и гражданско-правовые меры наказания за преступления в сфере интеллектуальной собственности.

С переходом к цифровому формату задача стала еще сложнее. Поскольку копия произведения (например, цифрового изображения) ничем не отличается от оригинала, пираты могут штамповать неограниченное количество контрафактных экземпляров, без потери качества. Выход из данной ситуации, по мнению профессора Сергеева, видится в создании специализированных подразделений органов внутренних дел по борьбе с пиратством, которые работали бы в тесном контакте с обществами, управляющими имущественными правами авторов...на коллективной основе.

Авторско-правовой конфликт

Нежелание фотографов отстаивать свои права во многом объясняется страхом перед долгим судебным процессом, значительными моральными и материальными издержками. Безусловно, судебная тяжба – процедура не из приятных, но ведь никто не заставляет авторов сразу бежать в суд с десятком исковых заявлений и начинать откладывать деньги на адвоката. Сперва можно попытаться уладить конфликт мирным путем, т.е. в досудебном порядке (разумеется, нарушитель при этом безнаказанным не останется). Так, потерпевший может обратиться с жалобой в вышестоящий орган ответчика, в творческий союз или в антимонопольный орган. В отношении последнего следует сделать оговорку. Обращаться в

комитет по антимонопольной политике могут лишь те правообладатели, которые занимаются коммерческим использованием своих произведений (например, гильдия рекламных фотографов). Согласно закону, заявление о защите прав рассматривается специально созданной комиссией, которая выносит окончательное решение путем открытого голосования. На основании этого решения, нарушителю направляется предписание о прекращении незаконных действий в указанный срок. Уклонение от исполнения требований антимонопольной комиссии наказывается штрафом в размере до 100 минимальных размеров оплаты труда (ст. 157 КоАП).

Обращение правообладателей в антимонопольные органы – явление довольно редкое. Как правило, вопрос досудебного урегулирования конфликта решается путем направления претензионного письма лицу или организации, нарушившей авторские права. Не смотря на то, что современные технологии намного облегчили эту процедуру (можно отправить письмо по электронной почте), юристы все же советуют авторам не лениться и пользоваться дедушкин метод. Лучше чтобы это было заказное письмо с уведомлением о доставке.

Разумеется, нет никакой гарантии в том, что нарушитель сразу отреагирует и предложит компенсацию. Но попытаться всегда стоит. Так, в частности, считает известный фотограф и борец за свои права Максим Полубояринов, которому удалось уладить мирным путем не один конфликт. Интересен в данном отношении следующий случай. Крупная компания незаконно использовала его фотоснимок (бочка с красной икрой) в рекламных целях. Данную работу, по словам фотохудожника, уворовывали не раз, настолько она популярна. В этом случае о совершенном нарушении автору сообщила компания, по заказу которой и был сделан снимок. Разумеется, она была заинтересована в том, чтобы фотография украшала только ее рекламный плакат. Полубояринов обратился к нарушителям с претензией, а также с требованиями прекратить несанкционированное использование произведения, на что сначала получил категорический отказ. Тогда фотограф вежливо попросил представителей компании набрать в поисковике в интернете его фамилию и ознакомиться со списком выигранных судебных процессов по вопросу защиты авторских прав. Это произвело сильное впечатление на нарушителей, которые сразу согласились удовлетворить все требования автора. Более того, компания (нарушитель) заказала фотографу оригинальную

рекламную фотографию (ложка с медом) и наладила постоянное сотрудничество с мастером.

Фотографы – любители, конечно, могут возразить, что в этом нет ничего особенного, поскольку Максим Полубояринов – известный профессионал, пользующийся авторитетом и уважением. А с простыми смертными церемониться не будут. Да, зачастую это так. Профессионализм, известность, заслуги и регалии всегда принимаются во внимание. В конце концов, если фотограф качественно выполняет свою работу, а его творчество высоко оценено критиками и публикой, это вполне справедливо. В свою очередь закон исходит из принципа равенства и не делает различия между профессионалом и любителем. Правовой охраной пользуются любые фотопроизведения, созданные творческим трудом независимо от их художественных достоинств и назначения (ст. 1259 ГК РФ).

К сожалению, стоит признать, что современное законодательство в сфере интеллектуальной собственности (ГК РФ) содержит массу противоречий и недостатков, что во многом затрудняет его применение на практике.

С переходом к цифровому формату ситуация еще более ухудшилась. Особенно для фотографов. Доступность фотографических произведений и практически бесконтрольное распространение их в глобальной сети – сегодня наиболее распространенная практика. Такая ситуация объясняется несколькими причинами: простотой использования цифрового изображения, которое происходит из самой его природы, незащищенностью интернета с точки зрения правового регулирования, авторским нигилизмом и нежеланием отстаивать свои права. В тоже время стоит отметить активный и возрастающий интерес фотографов к техническим средствам защиты своих произведений. Было рассмотрено несколько способов защиты цифрового изображения. Многие из них успешно применяются на фотосайтах, в интернет СМИ, личных страничках фотографов и т. п.

Стоит отметить, что долгое время фотографы не решались подавать в суд и предъявлять претензии за нарушение своих авторских прав. За последние восемь лет ситуация изменилась. С каждым годом растет количество судебных дел и почти все они решаются в пользу фотографов. Сегодня роль фотографии как одного из средств коммуникации все больше возрастает. Уникальная особенность сочетать в себе творчество и документальность придает фотографии особую силу воздействия и значимость. Поэтому фотографам следует

хорошо знать законодательство и свои права, таким образом, они смогут проследить за соблюдением своих прав, не допустить их нарушения, а в случае такового защитить себя в судебном порядке.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Соблюдение норм авторского права в фотожурналистике.
- Корректность при освещении конфликтов фотожурналистом.
- Способствование фотожурналистики всестороннему культурному развитию читателя и повышению его образовательного уровня.

- Защита прав несовершеннолетних и общественной морали, утверждение роли духовных ценностей средствами фотожурналистики.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы, подготовка докладов и сообщений к практическому занятию № 9.

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия № 9.

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 9

Интеллектуальные права: деонтологический аспект (служебные произведения, плагиат, рирайт). Основные причины судебных исков к редакциям СМИ

(2 часа)

Основные вопросы занятия

Автор, произведение как объект права, исключительное право на произведение. Основания для свободного использования произведения в СМИ. Специфика правовых отношений субъектов права в СМИ. Авторское право на новостное сообщение. Особенности использования служебных произведений. Интервью: правовые и этические аспекты. Виды ответственности за плагиат и иные нарушения в сфере интеллектуальных прав.

Понятие об иске как средстве защиты нарушенного права. Причины конфликтных ситуаций: злоупотребление свободой массовой информации и правами журналиста, распространение недостоверных сведений, вторжение в личную жизнь, клевета и оскорбление, нарушение законодательства об авторском праве, распространение порочащих сведений, введение в заблуждение. Журналист как одна из сторон в процессе. Освобождение от ответственности. Анализ конкретных судебных процессов.

Цель: формирование теоретических представлений о правовом и этическом аспектах интеллектуальных прав журналиста, практических навыков анализа деонтологических проблем журналистики.

Задачи:

формирование представлений о специфике правовых отношений субъектов права в СМИ, видах ответственности за нарушение интеллектуальных прав;

знакомство со средствами защиты нарушенного интеллектуального права;

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

развитие умения анализировать публикации (проблемные ситуации в журналистике) с правовой и этической точек зрения;

воспитание интереса к будущей профессиональной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

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

II. Беседа по теоретическому материалу лекционного занятия

1. Охарактеризуйте автора и его произведение как объекты права.

2. Каковы основания для свободного использования произведения в СМИ?

3. В чем заключается специфика правовых отношений субъектов права в СМИ?

4. Охарактеризуйте авторское право на новостное сообщение.
5. Каковы особенности использования служебных произведений?
6. Каковы правовые и этические аспекты подготовки и проведения интервью?
7. Назовите и охарактеризуйте виды ответственности за плагиат и иные нарушения в сфере интеллектуальных прав.

III. Ознакомление с дополнительным теоретическим материалом по теме.

Фрагменты научной статьи д.филол.н. И.А. Панкеева "Свободное использование произведений в журналистской деятельности" (2012, МГУ; <http://www.mediascope.ru/node/1015>)

В журналистике часто применяется прием свободного использования произведений, под которым по закону понимается такое использование, когда пользователь не должен заручаться согласием автора или иного правообладателя и выплачивать вознаграждение (например, цитирование). Суть исключений из общего правила, закрепленных в статьях 1273-1280 ГК РФ в том, что в некоторых случаях свободное использование произведений может осуществляться в целях обучения, доступа к знаниям и информации. При этом, естественно, речь идет только об имущественных правах. Практика показывает, что эти положения часто трактуются работниками СМИ слишком широко, что приводит к судебным разбирательствам. Но, с другой стороны, немало и обратных примеров, доказывающих, что знание права и верное применение закона помогают журналистам избежать обвинений в нарушении.

Например, ООО «Ньюс медиа-Рус» в Арбитражном суде г. Москвы требовало взыскать с ОАО «Телерадиокомпания Вооруженных сил РФ «Звезда»» 5 млн рублей компенсации за нарушение исключительных авторских прав. Истец является обладателем исключительных прав на аудиовизуальное произведение «Из-за Джоли в Москве уволен персонал отеля» (оно было опубликовано истцом в электронном периодическом издании Life в Сети интернет). Телеканал «Звезда» в своей информационной передаче «Новости» использовал фрагмент этого произведения общей продолжительностью 9 секунд. Истец настаивал в суде на том, что его права нарушены, т.к.: 1) ответчик не указал при использовании имя автора произведения (сотрудника ООО «Ньюс медиа-Рус»); 2) не сохранил логотип источника заимствования; 3) не указал место обнародования и появления произведения; 4) использование произведения не было

обусловлено целью, т.к. телеканал «Звезда» освещает события, происходящие в Вооруженных силах РФ, а не светскую жизнь; 5) объем фрагмента превышал нужды цитирования, т.к. общая продолжительность сюжета составляет 23 секунды.

Арбитражный суд г. Москвы решил частично удовлетворить иск в размере 200 тыс. рублей. Суд первой инстанции признал, что телеканал «Звезда» нарушил исключительные авторские права истца. Но постановлением Девятого арбитражного апелляционного суда решение суда первой инстанции было отменено, а в удовлетворении иска отказано. В последовавшей далее кассационной жалобе истец просил постановление апелляционного суда отменить, а решение суда первой инстанции оставить в силе. В феврале 2011 г. Федеральный арбитражный суд Московского округа, рассмотрев эту кассационную жалобу, постановил оставить ее без удовлетворения, т.е. оставить постановление апелляционного суда без изменения. Основания для этого изложены в самом тексте постановления: «суд кассационной инстанции считает обоснованными выводы суда апелляционной инстанции, положенные в основу принятого по делу постановления. Судом апелляционной инстанции установлено и подтверждено материалами дела то, что фрагмент аудиовизуального произведения, исключительные права на которое принадлежит истцу, общей продолжительностью 9 секунд, был показан в информационной телепрограмме «Новости». При этом аудиовизуальное произведение было размещено истцом в свободном доступе на сайте lifenews.ru., и ответчик при его использовании указал на источник заимствования, сохранив логотип истца Lifeshowbiz.

Исходя из установленных обстоятельств, суд кассационной инстанции признает обоснованным вывод о том, что такое заимствование носит характер цитирования и в соответствии с пп. 1 п. 1 ст. 1274 Гражданского кодекса Российской Федерации допускается без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется, и источника заимствования, что и было сделано при воспроизведении ответчиком фрагмента аудиовизуального произведения автора М. «Из-за Джоли в Москве уволен персонал отеля».

Утверждение истца о том, что заимствование имеет продолжительность около 10 секунд из общей продолжительности 23-секундного сюжета, направлено на оспаривание достоверности

доказательства, оценка которого не входит в полномочия суда кассационной инстанции».

Ранее подобное дело рассматривалось по иску ООО «Росфильм» к ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания». Речь тоже шла о защите нарушенных имущественных прав на аудиовизуальное произведение и о взыскании значительной компенсации. Кассационный суд также пришел к выводу, что содержащиеся в фильме «Я не могу больше жить. Леонид Филатов» заимствования из фильма «О не лети так, жизнь... Леонид Филатов» являются цитированием, осуществленным ответчиком в соответствии с требованиями закона. В данном случае заимствование (цитирование) составляло около 4 минут из общей продолжительности фильма ответчика 44 минуты.

Эти примеры, как и множество подобных им, интересны тем, что, во-первых, показывают, насколько дискуссионна проблема цитирования как одного из способов свободного использования произведения и, во-вторых, заостряют внимание на условиях, которые журналисты всегда должны соблюдать при свободном использовании чужих произведений – аудиовизуальных, вербальных, фотографических, музыкальных и т.д.

Журналистами на практике чаще всего применяются положения ст. 1274 ГК РФ, которая посвящена свободному использованию произведений в информационных, научных, учебных или культурных целях. Но надо помнить, что ко всем шести случаям относится общее требование – обязательное указание имени автора, произведение которого используется, и источника заимствования. В действительности это положение часто не соблюдается. Хотя следует признать, что в некоторых ситуациях, законодателем не предусмотренных, строгое следование букве закона затруднительно: например, вынесенная в название строка стихотворения Е.А. Евтушенко «Поэт в России – больше чем поэт», на наш взгляд, не должна сопровождаться дополнительными пояснениями (кроме возможного упоминания авторства в тексте статьи); достаточно взять эти слова в кавычки. Если в научных, полемических и литературно-критических материалах сноски на источник обязательны, то в репортаже или интервью представить их трудно – здесь достаточно назвать имя автора упоминаемого или цитируемого произведения.

Правомерному цитированию посвящен пп. 1 п. 1 разбираемой статьи: допускается свободное использование произведения в форме

цитирования в оригинале и в переводе в научных, полемических, критических или информационных целях правомерно обнародованных произведений в объеме, оправданном целью цитирования, включая воспроизведение отрывков из газетных и журнальных статей в форме обзоров печати.

При этом необходимо обратить внимание на то, что речь идет только о правомерно обнародованных произведениях. Также применительно к обзорам печати законодатель говорит о воспроизведении отрывков из газетных и журнальных статей, т.е. речь не идет о материалах других жанров – рецензиях, интервью, фельетонах и т.п.

Размышление о нормах, посвященных в законе цитированию, важно по нескольким причинам: во-первых, без цитат невозможно представить научные и литературно-критические статьи, обзоры, отчеты и т.д.; во-вторых, постоянно возникает вопрос о пределах и объеме цитирования; в-третьих, пока нет четкого представления об особенностях цитирования музыкальных, фотографических и аудиовизуальных произведений, что приводит к судебным спорам.

Казалось бы, само собою разумеется, что цитирование – это не пересказ, а именно дословное воспроизведение (об этом сказано и в законе РФ «О средствах массовой информации»). Тем не менее журналисты иногда забывают об этом, что вызывает негативную реакцию авторов. Так, министр иностранных дел С. Лавров обвинил в нарушении журналистской этики телеведущего В.В. Познера, подчеркнув, что «честная журналистика требует честных цитат»: «Допускаю, что вы просто не смогли воспринять на слух все, что было сказано мной в радиоинтервью, но также знаю вас как опытного аналитика, “зубра” отечественной (и не только) журналистики. Что помешало перепроверить услышанное? Тем более, что полный текст появился на сайте МИДа и трех радиостанций сразу же после интервью».

Следует выяснить, что подразумевается под цитированием. Глоссарий ВОИС (Всемирной организации интеллектуальной собственности) трактует цитату как «сравнительно короткий отрывок, цитируемый из другого произведения, чтобы доказать или сделать более понятным утверждение самого автора либо сослаться на взгляды другого автора в подлинной формулировке».

Детализируя это положение, А.П. Сергеев говорит о конкретных видах произведений: «Цитата представляет собой дословную выдержку

из какого-либо текста, отрывок музыкального произведения, графическое воспроизведение части произведения изобразительного искусства и т.п. В авторском праве цитирование означает включение одного или нескольких отрывков из произведения одного автора в произведение другого. Делается это для того, чтобы проиллюстрировать то или иное высказывание автора, подтвердить или, наоборот, оспорить ту или иную мысль и т.п.».

Но в обоих случаях говорится о включении части одного произведения в другое, т.е. не о самостоятельном использовании отрывка произведения. На практике же нередко происходит смешение понятий «цитата» и «отрывок».

Одна из существенных проблем состоит в том, что законодателем точно не определен объем цитируемого текста. В Российской империи вопрос о цитировании и его точных пределах был решен еще в 1828 г. (правило действовало до 1917 г.). В советское время допустимым объемом было цитирование не более одного авторского листа одного автора (ст. 492 ГК РСФСР 1964 г.). В США считается нормой свободное использование не более 5 % цитируемого текста. В Англии одна цитата не может быть более 300 слов (а в целом позволено использовать не более 800 слов в одном произведении). В современной России критерием цитирования и определения его объема является цель. Если в статье разбирается конкретная строка, то именно она и должна быть приведена; если литературный критик пишет о стихотворении в целом, то логично, что он цитирует все стихотворение.

В эфире диктор обозначает пределы цитаты словами «цитата» и «конец цитаты». Но вряд ли можно считать допустимым, когда журналистский материал (если это не обзор писем или печати) на две трети состоит из цитат, удаление которых лишает этот материал смысла. Применяя, хотя, к сожалению, не поясняя такие понятия, как «объем» и «цель», законодатель, вероятно, предполагает, что объем цитирования не должен преобладать над объемом основного текста; что цитирование не должно быть основой содержания, иначе произведение не будет самостоятельным; что цитата должна выполнять свою основную функцию – иллюстрировать, подтверждать или опровергать мысль автора основного произведения. Если речь идет об информационном событии, то включение в хронику, репортаж или отчет частей других произведений (при соблюдении требований закона) вполне оправдано. Рассказывая о концерте, трудно не использовать

часть этого концерта в виде иллюстрации; показывая открытие выставки, не обойтись без показа основных полотен или скульптур.

Строгая трактовка смысла пп. 1 п. 1 ст. 1274 ГК РФ приводит к выводу, что нельзя считать цитированием использование текста другого автора в художественном произведении без разрешения правообладателя. Э.П. Гаврилов пишет в комментарии к ГК РФ, что цитирование, направленное на усиление художественного воздействия, эстетического восприятия произведения читателем, зрителем, слушателем, не может осуществляться свободно.

А.Р. Ермакова, Е.А. Моргунова и другие исследователи тоже считают, что свободное использование не распространяется на художественные произведения. Следовательно, если герой художественного очерка по сюжету читает стихи, то на включение стихов в роман требуется разрешение автора или его наследников. В этом смысле остается нерешенным вопрос об использовании эпиграфа.

Основываясь на том, что законодатель прямо не запрещает свободное использование в форме цитирования невербальных произведений (т.е. аудиовизуальных, музыкальных, а также произведений изобразительного искусства, фотографий), такое цитирование тоже можно считать разрешенным. Так, в телевизионном очерке о творчестве композитора уместно и логично иллюстрировать то или иное размышление фрагментами его музыкальных произведений, при этом не заручаясь разрешением автора и исполнителей, но обязательно указывая (устно или в титрах) их имена. Это же относится к материалам о художниках, литераторах, скульпторах, фотографах, архитекторах.

В законе говорится о том, что цитирование допускается в оригинале и в переводе. Предполагается, что при свободном использовании иноязычного произведения, переведенного на русский язык, необходимо указывать имя переводчика.

Из сказанного выше можно сделать вывод о наиболее часто встречающихся нарушениях при цитировании фрагментов произведений в СМИ: цитируемый текст не взят в кавычки или не выделен другим шрифтом; нет указания на источник и имя автора; нарушена точность цитаты или изменен ее смысл в результате отрыва от контекста; цитируемый источник не был правомерно обнародован самим автором; цель выходит за пределы, установленные законом; смешение понятий «цитата» и «отрывок».

Закон гласит о том, что допускается свободное использование правомерно обнародованных произведений и отрывков из них в качестве иллюстраций в изданиях, радио- и телепередачах, звуко- и видеозаписях учебного характера в объеме, оправданном поставленной целью (пп. 2 п. 1 ст. 1274 ГК РФ). Кроме уже известных требований – правомерность обнародования и оправданный целью объем – необходимо учитывать именно учебный характер изданий, передач и т.д. Т.е. учебники должны быть основаны на определенной методике, направлены на выработку умений, тренировку, закрепление и контроль полученных знаний; радио- и телепередачи, звуко- и видеозаписи – иметь только характер обучения, при котором произведение может лишь иллюстрировать преподаваемый материал, но не должно использоваться самостоятельно. Цель – помочь обучающемуся наглядно представить то, о чем идет речь в передаче или учебнике: текст, репродукцию картины и т.д. Исходя из этого хрестоматии, если они не снабжены размышлениями о произведениях, проверочными вопросами, списками дополнительной литературы и т.д., должны быть отнесены к сборникам, и по отношению к ним должны применяться те же нормы, что и к любым иным составным произведениям.

Для журналистов представляет особый интерес пп. 3 п. 1 ст. 1274: допускается свободное воспроизведение в прессе, сообщение в эфир или по кабелю правомерно опубликованных в газетах или журналах статей по текущим экономическим, политическим, социальным и религиозным вопросам или переданных в эфир произведений такого же характера в случаях, когда такое воспроизведение или сообщение не было специально запрещено автором или иным правообладателем.

Акцент здесь следует делать прежде всего на том, было такое воспроизведение запрещено или нет (об этом, в частности, может свидетельствовать подпись под материалом «специально для такого-то издания» или предупреждение «перепечатка материалов без письменного разрешения редакции запрещена»), а также на том, что речь идет именно о статьях (не рецензиях, фельетонах или интервью), и опубликованных именно в газетах и журналах, а не в других видах печатных изданий и тем более не в средствах массовой информации в целом.

Позволяя свободно использовать указанные произведения в прессе, сообщать в эфир и по кабелю, законодатель не предусмотрел, что многие печатные издания, организации эфирного вещания могут

иметь интернет-версии, что требует внесения в перечень способов свободного использования произведений и такого способа, как доведение до всеобщего сведения. Пока же этот способ остается за рамками перечисленных в законе, и данное ограничение осложняет деятельность СМИ.

Понятие «статья по текущим социальным вопросам» может трактоваться достаточно широко, что нередко служит основанием для разного рода недопонимания. Например, ЗАО «Вольная Кубань» выступило с иском к учредителям и издателям газеты «Экология и экономика», которая в полном объеме и с указанием источника заимствования перепечатала из газеты «Вольная Кубань» статью «На Кубани “бысть жары великие...”». Суд пришел к выводу, что спорная статья не носит социального характера, и потому не может быть использована без согласия правообладателя и без выплаты авторского вознаграждения даже при указании имени автора и источника заимствования.

Разрешается свободное использование произведений также в таких видах как: воспроизведение в прессе, сообщение в эфир или по кабелю публично произнесенных политических речей, обращений, докладов и других аналогичных произведений в объеме, оправданном информационной целью. При этом за авторами таких произведений сохраняется право на их опубликование в сборниках.

Понятное в целом, это положение все же требует некоторых пояснений.

Во-первых, как и в предыдущем случае, законодатель не упоминает о таком способе, как доведение до всеобщего сведения, из чего следует, что на сайтах такие речи и обращения размещать нельзя. Учитывая стремительное технико-технологическое развитие, данное ограничение, безусловно, должно быть снято. Тем более что на практике оно далеко не всегда учитывается.

Во-вторых, речь идет только о «публично произнесенных политических» произведениях. Каждое из этих трех слов должно быть осмыслено именно в том контексте, в каком оно заявлено: публично – следовательно, не приватно; произнесенных – следовательно, не написанных; политических – следовательно, не научных, художественных и т.д.

Одна из особенностей этой нормы в том, что заявлены лишь характер таких произведений (политические), их форма (устная), объем и способы использования, но не личность автора. Получается, что

можно свободно использовать политическую речь малоизвестного гражданина Иванова, но нельзя – доклад известного политика по вопросам литературы или искусства.

На наш взгляд, все же следует в данном случае ориентироваться на слова «и других аналогичных произведений», поскольку в речи государственного деятеля трудно отделить политическую составляющую от, например, социальной.

Значительный интерес для работников СМИ представляет и пп. 5 п. 1 ст. 1274 ГК РФ, который гласит, что допускается свободное воспроизведение или сообщение для всеобщего сведения в обзорах текущих событий средствами фотографии, кинематографии, путем сообщения в эфир или по кабелю произведений, которые становятся увиденными или услышанными в ходе таких событий, в объеме, оправданном информационной целью.

В первую очередь это относится к таким жанрам как репортаж, обзор, отчет, хроника. В ходе телевизионного репортажа с выставки в кадр непременно попадут охраняемые произведения – картины, скульптуры и т. п.; в ходе радиорепортажа из консерватории может быть слышна музыка; во время фотосъемки демонстрации в кадре окажется памятник и т.д. Все эти произведения стали увиденными или услышанными зрителями и слушателями не специально, а потому что они оказались неотъемлемой частью освещаемого события.

Следовательно, нет нарушения в том, что журналист их воспроизвел, разместил в интернете, сообщил в эфир или по кабелю. Но, повторим, что при этом не следует забывать об общем правиле, относящемся ко всем шести подпунктам, – свободное использование произведения допускается с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется. Так, в 2007 г. Савеловский суд г. Москвы удовлетворил иск Д. Тухманова к телерадиокомпании ВГТРК и обязал ее выплатить композитору 900 тыс. рублей, в частности, за то, что во время трансляции концерта с Красной площади, где звучали его произведения, имя Д. Тухманова как автора в передаче не было названо.

Использовать произведение без разрешения правообладателя можно и путем его воспроизведения без извлечения прибыли рельефно-точечным шрифтом или другими специальными способами для слепых, кроме произведений, специально созданных для воспроизведения такими способами. Здесь необходимо обратить внимание на то, что речь идет не о специально созданных для воспроизведения по системе

Брайля произведениях для незрячих. И если журналист обнаружит свои произведения в подобных изданиях, то нет оснований считать это нарушением.

Последние два года ведутся бурные споры об оцифровывании произведений и о принципах их использования. Безусловно, в законодательстве должны быть отражены новейшие тенденции. Более того, именно отсутствие внятного регулирования правоотношений в интернете негативно сказывается на общей ситуации в сфере интеллектуальной деятельности. Но вряд ли можно считать справедливым подход, при котором ущемляются права авторов и издателей и ухудшается их материальное положение. А это может произойти, если произведения будут оцифровываться и использоваться без разрешения правообладателей и без выплаты им вознаграждения. Пока же в п. 2 ст. 1274 отражено, что выраженные в цифровой форме экземпляры произведений, предоставляемые библиотеками во временное безвозмездное пользование, в том числе в порядке взаимного использования библиотечных ресурсов, могут предоставляться только в помещениях библиотек при условии исключения возможности создать копии этих произведений в цифровой форме.

Детальный анализ этой нормы приводит к нескольким выводам, главные из которых: нет запрета на создание копий произведений не в цифровой форме; идет речь не об электронных сетевых библиотеках, а только о традиционных, о чем свидетельствует уточнение «в помещениях библиотек» (а это в свою очередь сопряжено с содержащимся в Федеральном законе «О библиотечном деле» пояснением понятия «библиотека»).

Есть основания предполагать, что в ближайшее время будут приняты новые нормы, регламентирующие бытование произведений в электронной среде; остается надеяться, что законодатель учтет многочисленные предложения, письма и публичные обращения и зафиксирует такое положение, при котором не снижалась бы мотивация профессиональных авторов.

В согласовании с автором оригинального произведения не нуждаются произведения в жанре литературной, музыкальной или иной пародии либо в жанре карикатуры на основе другого (оригинального) правомерно обнародованного произведения и использование этой пародии либо карикатуры. Эта норма является новой, и потому еще не нашла широкого отражения в судебной практике. Более того, в законе

не поясняется, что такое пародия и каковы ее существенные признаки, хотя примеров пародий и карикатур – сотни: как в печатных СМИ, так и на ТВ (достаточно вспомнить такие телепрограммы, как «Куклы», «Мультличности», «Большая разница»). В данной конфликтной ситуации суд принял сторону пародистов, отклонив иск режиссера. Вероятнее всего, в будущем возникнут тяжбы, связанные с пародиями в печатных СМИ и в интернете.

Использование произведения, постоянно находящегося в месте, открытом для свободного посещения, регламентирует статья, 1276 ГК РФ: допускается без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения воспроизведение, сообщение в эфир или по кабелю фотографического произведения, произведения архитектуры или произведения изобразительного искусства, которые постоянно находятся в месте, открытом для свободного посещения, за исключением случаев, когда изображение произведения таким способом является основным объектом этого воспроизведения, сообщения в эфир или по кабелю либо когда изображение произведения используется в коммерческих целях. Основных условий, которые необходимо соблюдать, четыре:

- чтобы указанные произведения находились в месте, которое может посетить любой гражданин;
- чтобы они находились в этом месте не временно, а постоянно;
- чтобы полученное изображение не являлось основным объектом воспроизведения;
- чтобы исключались коммерческие цели.

Законодатель при этом определил всего три способа возможного использования: воспроизведение, сообщение в эфир, сообщение по кабелю. Предполагается, что эти произведения (фотография, здание, картина) могут использоваться указанными способами в тех случаях, когда служат фоном или попадают в кадр во время съемки на улице, в парке и т.д. Но велика вероятность трактовать подобную съемку и как производимую с информационными целями: например, сложно рассказать о реставрации известного живописного полотна, не показав его полностью, в результате чего оно станет основным объектом воспроизведения.

Организация эфирного вещания вправе без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты дополнительного вознаграждения делать запись в целях краткосрочного пользования того произведения, в отношении которого эта организация получила

право на сообщение в эфир, при условии, что такая запись делается организацией эфирного вещания с помощью ее собственного оборудования и для собственных передач.

При этом организация обязана уничтожить такую запись в течение шести месяцев со дня ее изготовления, если более продолжительный срок не согласован с правообладателем или не установлен законом. Такая запись может быть сохранена без согласия правообладателя в государственных или муниципальных архивах, если она носит исключительно документальный характер. Суть данного положения в том, что автор, давший разрешение на передачу произведения в эфир, автоматически дал и согласие на запись. Но владение этим правом организация должна оформить письменно в виде договора с автором. Тем более что в статье содержатся исключения – о сроке хранения записи (с согласия автора, если этот срок будет превышать указанный в законе) и о хранении в архиве (бессрочно и без согласия автора).

Возникает вопрос о термине «исключительно документальный характер». Документальна запись официального визита, вручения наград, но не менее документальна и запись репетиции спектакля. Специалисты в этом случае рекомендуют призвать в помощь Федеральные законы «Об обязательном экземпляре документов» и «Об архивном деле в Российской Федерации». По смыслу статьи такая запись не может быть передана для использования другим организациям.

По общему правилу, свободное использование произведений построено на принципе использования произведений в личных целях и без получения выгоды. Но в большей части случаев такое использование журналистами и без законодательных ограничений не наносит ущерба авторам (за исключением специально оговоренных: архитектурные произведения в форме зданий, нотные тексты, полные варианты книг и т.п., что не имеет прямого отношения к журналистике), если оно соотносится с упоминаемой в Бернской конвенции добросовестной практикой.

IV. Выполнение практических заданий по теме занятия

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

- Понятие об иске как средстве защиты нарушенного права.
- Причины конфликтных ситуаций: злоупотребление свободой массовой информации и правами журналиста, распространение

недостоверных сведений, вторжение в личную жизнь, клевета и оскорбление, нарушение законодательства об авторском праве, распространение порочащих сведений, введение в заблуждение.

- Журналист как одна из сторон в процессе. Освобождение от ответственности.

- Анализ конкретных судебных процессов.

2. Анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ) по теме практического занятия.

V. СРС

1. Изучение научной литературы по теме занятия.

2. Самостоятельный подбор и анализ публикаций из периодических изданий (или проблемных ситуаций из практики функционирования СМИ).

Список литературы

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

2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2011. – 223 с. // Университетская библиотека online - <http://biblioclub.ru>.

4. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.

Основная и дополнительная литература

Основная литература

1. Ворошилов В. В. Журналистика :[Текст] : учебник / В.В. Ворошилов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: КноРус, 2009. – 496 с.
2. Корконосенко С.Г. Основы журналистики :[Текст]: учебник / С.Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. - 318 с.

Дополнительная литература

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учебн. пособие – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-пресс, 2006. – 240 с.
4. Регулирование и саморегулирование СМИ на постсоветском пространстве. – Минск, 2009.
5. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М., 2009.
6. Рихтер А.Г. Свобода массовой информации в постсоветских государствах. – М.: Икар, 2007.
7. Средства массовой информации России: учебное пособие / М.И. Алексеева [и др.]: под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2008.