Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Контрольная работа

по Информационному праву

тема: Понятие и виды средств массовой информации

План.

1. Понятие средств массовой информации

2. Виды средств массовой информации

Литература

1. Понятие средств массовой информации

Средств массовой информации рассматривают в последнее время не столько в качестве средств общения, с помощью которых происходит передача сведений от человека к человеку или массам людей, сколько в облике института демократии, охраняющего интересы личности, общества и государства. Подобный акцент обусловлен, прежде всего, необходимостью дополнительной поддержки таких социальных ценностей, как свобода выражения мнений и убеждений, политический и идеологический плюрализм, свобода мысли и слова и т.п., которые гарантированны Конституцией РФ.

Подход к средствам массовой информации как своеобразным выразителям мнений и инструментам получения и распространения общественно значимых сведений нашел свое отражение в Законе РФ «О средствах массовой информации», который развивает и конкретизирует принцип свободы массовой информации, закрепленный в части 5 ст. 29 Конституции РФ. Этот Закон является базовым в сфере правового регулирования отношений, возникающих по поводу организации деятельности средств массовой информации, их отношений с гражданами и организациями, порядка распространения массовой информации.

Под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле- или видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.

Средства массовой информации должны соответствовать следующим критериям:

массовость получателя (в отличие от различного рода изданий, предназначенных для конкретного лица или группы лиц);

периодичность – для признания издания средством массовой информации необходим его неоднократный выход через определенные промежутки времени;

форма изложения материала – печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма.

В основу использования средств массовой информации положен принцип свободы массовой информации, который получил правовое закрепление в ст. 1 Закона «О средствах массовой информации». Согласно данной статье в РФ не подлежат ограничениям, за исключениями случаев, установленных законодательством о средствах массовой информации:

поиск, получение, производство и распространение массовой информации;

учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими;

изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации.

Важнейшей гарантией свободы массовой информации выступает законодательно установленное правило о недопустимости цензуры массовой информации. Согласно ст. 3 Закона «О средствах массовой информации» цензура массовой информации понимается как требование от редакции средства массовой информации, выдвигаемое со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей. Не допускается и создание, а равно финансирование организаций, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации.

Широко используя свободу массовой информации, не следует забывать о ст. 4 Закона «О средствах массовой информации», которая закрепляет тезис о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. Данная статья запрещает использовать средства массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для осуществления экстремистской деятельности, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости. Запрещено использование в телевидеокинопрограммах, документальных и художественных фильмах, а также информационных компьютерных файлах и программах обработки информационных текстов, относящихся к специальным средствам массовой информации, скрытых вставок, воздействующих на подсознание людей и оказывающих вредное влияние на их здоровье.

Исходя из анализа понятия средств массовой информации и давая краткую характеристику их разновидностям, становиться ясно, что не законодателю, не разработчикам Закона «О средствах массовой информации» не удалось в полной мере и недвусмысленно определиться с таким важным вопросом, как вопрос об отнесении средства массовой информации к объекту права либо к его субъекту.[[1]](#footnote-1)

Говоря иными словами, реализован популярный в последнее время метод обозначения «как бы», согласно которому средство массовой информации «как бы объект права» и в то же время «как бы субъект права».

К объекту права средство массовой информации причислить весьма не просто, поскольку:

ему придана способность продуцировать отдельные издания, выпуски, тиражи и программы;[[2]](#footnote-2)

ему придана способность к осуществлению деятельности;[[3]](#footnote-3)

средство массовой информации, как и юридическое лицо, должно быть учреждено[[4]](#footnote-4), его деятельность может быть прекращена или приостановлена[[5]](#footnote-5).

Указанные признаки жизнедеятельности больше подходят к субъекту права нежели к его объекту. Но в числе поименованных юридических лиц, точнее их организационно-правовых форм, средства массовой информации не значатся. Поэтому оно не юридическая личность. Роль последней играет редакция зарегистрированного средства массовой информации.

2. Виды средств массовой информации

Из определения, указанного в статье 2 Закона РФ «О средствах массовой информации», следует, что средство массовой информации в его легальной интерпретации есть не что иное, как одна из форм распространения информации. Таких форм может существовать сколько угодно много, но наиболее значимые и известные из них законодатель выделил в отдельный перечень.[[6]](#footnote-6)

К наиболее значимым средствам массовой информации относятся:

периодическое печатное издание;

радиопрограмма;

телепрограмма;

видео- и кинохроникальные программы;

специализированные средства массовой информации.

Периодическое печатное издание – издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год, т.е. своего рода материальный носитель с зафиксированной на нём информацией с определенными реквизитами. К периодическим печатным изданиям относятся:

газета – периодическое газетное издание, выходящее через краткие промежутки времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

журнал – периодическое журнальное издание, содержащее статьи или рефераты по различным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, литературно-художественные произведения, имеющее постоянную рубрикацию, официально утвержденное в качестве данного вида издания.

альманах – сборник, содержащий литературно-художественные и научно-популярные произведения, объединенные по определенному признаку;

бюллетень – периодическое или продолжающееся издание, выпускаемое оперативно, содержащее краткие официальные материалы по вопросам, входящим в круг ведения выпускающей его организации.

К печатным изданиям также могут относиться иные издания.

Радиопрограмма – совокупность периодических аудиосообщений и передач, имеющих постоянное название и выходящих в радиоэфир не реже одного раза в год. Радиопрограмма также является своеобразным материальным носителем, существующим в виде физического электромагнитного поля, отображающего то либо иное аудиосообщение в форме сигналов определенного частотного спектра.

Телепрограмма, представляет собой совокупность периодических аудиовизуальных сообщений[[7]](#footnote-7) и передач, имеющих постоянное название и выходящих в телеэфир не реже одного раза в год. Как и радиопрограмма, телепрограмма существует в виде физического электромагнитного поля, отображающего аудиовизуальное сообщение в форме сигналов определенного частотного спектра.

Видео- и кинохроникальные программы – совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов, имеющих постоянное название и выходящих в свет в свет не реже одного раза в год. Видео и кинохроникальные программы существуют в виде кинопленок, видеокассет (иных материальных носителей), на которых по определенной технологии зафиксированы видео- и звуковые сигналы.

Специализированные средства массовой информации – это та часть средств массовой информации, в отношении которых законом установлены специальные правила их регистрации или распространения продукции этих средств.

Специальные правила регистрации определены для:

средств массовой информации, учреждаемых органами законодательной, исполнительной и судебной власти исключительно для издания официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов;

периодические печатные издания тиражом менее 1000 экземпляров;

радио- и телепрограмм, распространяемых по кабельным сетям, ограниченным помещением и территорией одного государственного учреждения, учебного заведения или промышленного предприятия либо имеющим не более десяти абонентов;

аудио- и видеопрограмм, распространяемых в записи тиражом не более 10 экземпляров.

Вышеуказанные средства освобождены от регистрации.

К специализированным средствам массовой информации, по основанию особенностей распространения их продукции, причислены эротические издания, представляющие собой периодические издания или программы, которые в целом и систематически эксплуатируют интерес к сексу.

Кроме периодических печатных изданий радио-, теле-, видеопрограмм, кинохроникальных программ, иных форм периодического распространения массовой информации существуют так же иные средства массовой информации. Специфика данных средств массовой информации заключается в специфической форме внешнего выражения.

В первую очередь, к таким средствам массовой информации относятся: тексты, созданные с помощью компьютеров, нераспечатанные тексты, хранящиеся в информационных банках данных компьютеров, средства массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений. При этом под базами данных понимается объективная форма представления и организации совокупности данных, систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью электронной вычислительной машины.

Специфические формы выражения информации представлены в законе системами телетекста, видеотекста и иных телекоммуникационных сетей – Internet, Fidonet и других сетей, обеспечивающих доступ неограниченному кругу лиц.

Литература

1. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации» // «Российская газета» от 8 февраля 1992 г. № 32
2. Городов О.А. Информационное право: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007.
3. Тимошенко В.А., Смушкин А.Б. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-I «О средствах массовой информации». – М.: ООО «Новая правовая культура», 2006.
1. *Городов О.А.* Информационное право: учебник – М., 2007. С. 112 [↑](#footnote-ref-1)
2. Абз. 6 ст. 2 Закона «О средствах массовой информации» [↑](#footnote-ref-2)
3. Гл. II там же [↑](#footnote-ref-3)
4. Ст. 7 там же [↑](#footnote-ref-4)
5. Ст. 16 там же [↑](#footnote-ref-5)
6. *Городов О.А.* Информационное право: учебник – М., 2007. С. 109 [↑](#footnote-ref-6)
7. Аудиовизуальное сообщение – это информация, представляющая собой серию связанных между собой кадров (с сопровождением или без сопровождения их звуком), предназначенная для зрительного и слухового восприятия помощью соответствующих технических устройств. [↑](#footnote-ref-7)