

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА»**

ФИЛИАЛ МГУ В Г. ГРОЗНОМ

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
Филиала – руководитель
образовательных программ
А.С. Воронцов



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Правовое и этическое регулирование медиа

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль)/специализация образовательной программы

Общий

Форма обучения

Очная

Москва 2025

Рабочая программа дисциплины разработана и утверждена в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом, утвержденным приказом МГУ от 29 декабря 2018 года № 1775 (в редакции приказов МГУ от 11 сентября 2019 года № 1109, от 10 июня 2021 года № 609, от 29 мая 2023 года № 700, 702, 703) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».

В Российской Федерации законодательно регулируется работа не только журналистов, но также представителей профессий, которые в СМИ не работают, но по характеру своей деятельности связаны с созданием и распространением контента. Это блогеры, копирайтеры и коммерческие редакторы, SMM-специалисты, контент- и трафик-менеджеры, продюсеры мультимедийных проектов и специалисты по визуальной коммуникации, редакторы сайтов и видеографы, сотрудники рекламных, event- и PR-агентств. Знание правовых норм (закона о СМИ, IV части Гражданского кодекса РФ, УК РФ и КоАП РФ, закона о рекламе и пр.) и их соблюдение в повседневной деятельности являются важной составляющей профессионализма представителей этих профессий. Равным образом это касается и соблюдения этических стандартов.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

1.1. Цели дисциплины заключаются в необходимости дать специалистам в сфере медиакоммуникаций понимание правовых и этических основ их работы; сути законодательства об интеллектуальной собственности и информационного права, а также об этических принципах работы с контентом; ознакомить с правами и обязанностями коммуникатора и коммуниканта; рассказать о регулировании отношений между правообладателями и правопользователями при использовании контента в медиасреде.

1.2. Задачи дисциплины заключаются в освоении студентами правовых и этических норм, которые направлены на регулирование отношений в сфере медиа; выработке навыков работы с нормативными актами в области создания и распространения контента; выработке навыков недопущения конфликтов (как правового, так и этического характера) при работе с информацией либо способности успешно их разрешать (защита своих прав, поведение в конфликтных ситуациях и т.д.).

Основными объектами изучения являются закон РФ «О средствах массовой информации», федеральные законы «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «О рекламе», положения УК РФ и КоАП; главы 69-71 IV части ГК РФ; этические стандарты в сфере медиа; редакционные стандарты крупнейших СМИ; пользовательские соглашения основных социальных сетей (ВКонтакте и пр.)

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина включена в базовую часть основной образовательной программы (ООП). В качестве входных знаний студенты должны иметь представления о теории медиакоммуникаций (предшествующая дисциплина «Основы медиакоммуникаций»); иметь представление о законодательстве и о роли права в правовом государстве (предшествующая дисциплина «Правоведение»).

Полученные знания студенты актуализируют на практике во время изучения дисциплин в ходе следующих семестров (профессионально-творческая и преддипломные практики); спецсеминаров, спецкурсов и дисциплин профилизации (индустрия книгоиздания, индустрия аудиовизуального контента, музыкальная индустрия, музейно-галерейная индустрия, индустрия дизайна, индустрия компьютерных игр).

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате обучения должны быть сформулированы следующие компетенции по ОС МГУ:

- Способен использовать знания в области правового регулирования отечественной медиакommunikационной системы при осуществлении профессиональной деятельности (ОПК-6)
- Способен учитывать профессиональные этические нормы при осуществлении своей деятельности (ОПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: законодательство в сфере массовой информации; права и обязанности работников сферы медиакommunikаций; государственную политику в сфере массовых коммуникаций; основы международного и национального законодательства о свободе слова; этические нормы, регулирующие отношения в сфере медиа.

Уметь (владеть):

- использовать знания в области правового регулирования отечественной медиакommunikационной системы при осуществлении профессиональной деятельности
- учитывать профессиональные этические нормы при осуществлении своей деятельности

4. Структура и содержание дисциплины «Правовое и этическое регулирование медиа»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). Отчетность: третий семестр – зачёт; четвёртый семестр – экзамен.

4.1. Структура дисциплины

Семестр 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Прак т. зан.	Ла б. зан.	Самост . работа	СРС	Все-го
1.	Введение: цели и содержание курса, терминология и обзор литературы	2	2			4	8
2.	Законодательство о массовой информации, редакционные стандарты и этические медиакодексы: история, развитие, современность	2	2			4	8
3.	Журналист как один из субъектов медиакommunikаций	2	2			4	8
4.	Государственная политика в области медиа, саморегулирование и сорегулирование. Медиа, власть и гражданское общество - этические аспекты	2	2			4	8

5.	Право на информацию, методы ее получения и ограничения в доступе к ней. Взаимоотношения с источником информации: этический аспект	2	2			4	8
6.	Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Границы свободы при создании и распространении медиаконтента: ценностные ориентиры. Журналист/медиакommunikатор и аудитория - этический аспект.	2	2			4	8
7.	Диффамация, клевета и фейки. Кликбейт. Оскорбления, кибербуллинг, преследования в интернете и пр.	2	2			4	8
8.	Охрана частной жизни гражданина, его изображения и персональных данных	2	2			4	8
9.	Законодательство о рекламе. Этические кодексы в сфере рекламы и PR.	2	2			4	8

Семестр 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц .	Прак т. зан.	Ла б. зан .	Самост . работа .	СРС	Все-го
1.	Авторское право: история, законодательство, источники и основные понятия. Этические кодексы - о праве автора на контент	2	2			6	10
2.	Объекты и субъекты авторских прав в медиасреде	2	2			6	10
3.	Содержание интеллектуальных прав. Срок действия исключительного права	2	2			4	8
4.	Права, смежные с авторскими	2	2			4	8
5.	Договоры в авторском праве. Коллективное управление авторскими правами	2	2			4	8
6.	Свободное использование произведений в медиа	2	2			4	8
7.	Практика использования контента в медиа	2	2			6	10
8.	Ответственность за нарушение законодательства о массовой информации и интеллектуальной	2	2			6	10

	собственности. Защита авторских прав. Освобождение от ответственности						
--	---	--	--	--	--	--	--

4.2. Содержание разделов дисциплины

Семестр 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Введение: цели и содержание курса, терминология и обзор литературы	Предмет, структура, содержание и задачи курса. Взаимосвязь с другими курсами учебного плана. Терминология и основные понятия. Обзор литературы. Понятие о должном в медиапрофессиях. Теория социальной ответственности. Проблема морального выбора. Субъекты медиакommunikаций: журналист и блогер, копирайтер, SMM-менеджер, др. – общее и различное в статусе и целях работы. Гражданская журналистика, корпоративная журналистика, бренд-журналистика.
2	Законодательство о массовой информации, редакционные стандарты и этические медиакодексы: история, развитие, современность	Различия между правом и этикой; правовыми и этическими документами, редакционными стандартами. Источники законодательства о массовой информации. Конституционные нормы о свободе слова. Право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Запрет цензуры. Международные нормативные акты: декларации, пакты, конвенции. Закон о СМИ, история принятия и основные положения. Предпосылки и причины появления кодексов профессиональной этики, зафиксированные в них принципы, требования и рекомендации, их роль в формировании профессионального долга и ответственности. Появление и развитие профессиональной этики журналистов за рубежом. Профессиональная этика как регулятор деятельности в сфере медиа. Формирование журналистской этики в России. Структура журналистской этики, её сущность и функции; социальные функции журналистики. Компоненты журналистской этики – корпоративный и профессиональный. Этический стандарт как концептуальный документ профессиональной корпорации, моральные предписания

		поведения журналиста. Документы международных профессиональных организаций, и национальных информационных организаций (кодексы, хартии, декларации, резолюции, пакты, положения, меморандумы). Профессиональное самосознание журналиста и проблема выбора. Редакционные стандарты ведущих СМИ; пользовательские соглашения крупнейших социальных сетей (ВКонтакте и пр.).
3.	Журналист как один из субъектов медиакommunikаций	Правовой статус журналиста и его отличие от других субъектов медиакommunikаций. Регистрация СМИ. Права и обязанности журналиста. Устав редакции и профессиональные обязанности. Запрет на проведение предвыборной агитации. Правила аккредитации журналистов. Права и обязанности аккредитованного журналиста и аккредитовавшей его организации. Лишение аккредитации. Приостановление и прекращение деятельности СМИ. Политика государства в области права собственности на СМИ. Транспарентность собственности СМИ и конфликт интересов: этика экономических отношений. Учредитель и редакционный коллектив. Прозрачность и контролируемость финансовых потоков. Журналист и редакционный коллектив. Система императивов поведения журналиста. Формирование отношений с коллегами, авторами, экспертами. Конфликтные ситуации и профессиональная солидарность. Специфика служебной этики, соблюдение норм корпоративной этики, соблюдение редакционной тайны. Творческая индивидуальность и профессионально-должностные обязанности.
4	Государственная политика в области медиа, саморегулирование и сорегулирование. Медиа, власть и гражданское общество - этические аспекты	Государственная политика в отношении медиа. Нарушения законодательства при распространении информации в глобальной сети, правовое регулирование, судебная практика. Саморегулирование как система установленных журналистским сообществом принципов профессиональной деятельности. Основные инструменты саморегулирования: этический кодекс, совет по прессе, омбудсмен. Типология советов по прессе. Механизмы воздействия органов саморегулирования прессы. История Большого Жюри Союза журналистов России, деятельность Общественной коллегии по жалобам на прессу. Анализ конкретных дел, разобранных зарубежными и отечественными органами саморегулирования.

		Гражданское общество и демократия, уровень доверия к СМИ и медиа. Журналистика как «четвертая власть». Влияние политических и экономических факторов на деятельность медиа как голоса общества и критика власти. Медиа и плюрализм мнений. Свобода прессы и законодательство. Журналист и власть. Гражданская журналистика и формирование гражданского общества. Оценка новостей как проявление гражданской ответственности. Факты и комментарии, мнение журналиста и анализ событий.
5	Право на информацию, методы ее получения и ограничения в доступе к ней. Взаимоотношения с источником информации: этический аспект	Право на доступ к информации, ее поиск, получение и распространение. Право на запрос информации. Ограничение в доступе к информации. Виды охраняемых законом тайн. Ответственность за распространение секретной информации. Каналы и источники получения информации, их градация по надежности и этичности использования. Официальные, неофициальные и анонимные источники информации. «Сетевые информаторы» и инсайдеры как источники информации – правовой и этический аспекты. Проверка компетентности и объективности источника сведений, экономические, политические и иные интересы информатора. Методы получения информации. Этические ограничения при использовании методов «маска», «смена профессии», «скрытое наблюдение». Использование компромата. Обеспечение объективности понимания и воспроизведения происходящего при создании контента; учёт всех точек зрения относительно происходящего; беспристрастность во время сбора информации и создания контента. Медиакоммуникатор/журналист и источник информации: проблема ответственности. Соблюдение профессиональных этических норм при общении с информатором. Ответственность за безопасность информатора.
6	Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Границы свободы при создании и распространения медиаконтента:	Свобода массовой информации. Закон о СМИ о недопустимости злоупотребления свободой массовой информации. Информация о несовершеннолетних, материалы о насилии, жестокости, особый порядок освещения контртеррористических операций. Антиэкстремистское законодательство. ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Деятельность Роскомнадзора.

	ценностные ориентиры. Журналист/медиакоммуникатор и аудитория - этический аспект	Ответственность распространителя информации. Независимость и конфликт интересов. Защита социальных ценностей. Этический подход к редактированию материалов, соблюдение норм авторского права. Корректность при освещении конфликтов. Критический подход к статистике, использованию цитат, сенсационности, использованию слухов и домыслов, борьба с соблазном манипулирования. Осознанная на уровне внутренней необходимости ответственность за полноту, правдивость, достоверность и оперативность информации, готовность признать ошибки и исправить их. Лидеры мнений, «инфлюенсеры» - этическая ответственность. 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. Этические аспекты освещения стихийных бедствий и катастроф; религиозных и этнических конфликтов; выборов и референдумов; экономической жизни; освещения вопросов насилия, суицида, алкоголизма и наркомании. Скрытая реклама и «заказные» материалы.
7	Диффамация, клевета и фейки. Кликбейт. Оскорбления, кибербуллинг, преследования в интернете и пр.	Недостоверные сведения, порочащие гражданина. Защита неимущественных прав гражданина. ГК РФ и Закон о СМИ о защите гражданином чести, достоинства и деловой репутации. Статья 152 ГК РФ, порядок опровержения порочащих сведений. Право гражданина на ответ в СМИ. Компенсация морального вреда. Репутационный вред. Клевета и оскорбление как наказуемые деяния. Принципы лингвистической экспертизы. Законодательство РФ о фейках и неуважении к власти. Кликбейт и стремление к сенсационности; подтасовка фактов и фотомонтаж, манипулирование информацией: этические аспекты. Освещение в сети случаев насилия. Этический аспект публикации опровержения и права на ответ. Редакционные стандарты СМИ и соцсети - о борьбе с фейками, оскорблениями, кибербуллингом и пр.
8	Охрана частной жизни гражданина,	Законодательство о защите неприкосновенности частной жизни: Конституция РФ, УК РФ, ГК РФ, Семейный кодекс,

	его изображения и персональных данных	Закон «О персональных данных». Защита прав несовершеннолетних и тайны усыновления. Право физического лица на свое изображение. Защита интересов общества. Практика освещения СМИ жизни публичных фигур. Санкции за незаконное распространение сведений о частной жизни. Скрытая запись. Примеры судебной практики. Этические аспекты освещения частной жизни
9	Законодательство о рекламе. Этические кодексы в сфере рекламы и PR.	Блогер и smm-менеджер, сотрудник рекламного агентства и PR-службы как субъекты медиакommunikаций. Реклама как один из источников дохода в медиа. Федеральный закон «О рекламе». Ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Недобросовестная, недостоверная реклама. Скрытая реклама. Реклама на радио и телевидении. Защита интересов детей. Не подлежащие рекламированию товары, услуги и вещества. Деятельность Федеральной антимонопольной службы (ФАС). Этические кодексы рекламиста и сотрудника PR-службы. Реклама, PR и пропаганда – этические границы. Нативная реклама с точки зрения этики и права.

Семестр 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1	Авторское право: история, законодательство, источники и основные понятия. Этические кодексы о праве автора на контент	Понятие авторского права. Исторический аспект: «Статут королевы Анны», Бернская конвенция, цензурный устав 1828 г., «Положение об авторском праве» 1911 г., нормативные акты советского периода, закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» 1993 г. Источники авторского права: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм российского законодательства международным конвенциям. Creative Commons. Основные понятия: автор, произведение, творческий труд, воспроизведение, обнародование, опубликование, передача в эфир, фонограмма, экземпляр и т.д. Знак охраны авторского права ©.
2	Объекты и субъекты	Объективные формы существования контента в медиасреде (письменная, устная, изображение, объёмно-

	авторских прав в медиасреде	пространственная и т.д.). Новизна и оригинальность как основные признаки объекта авторского права. Произведения, являющиеся и не являющиеся объектами авторского права. Производные произведения (перевод, обработка, экранизация, аранжировка) и особенности осуществления своих прав их авторами. Соавторское произведение как результат совместного творческого труда; соглашение между соавторами. Составные произведения (сборники, энциклопедии, атласы) и права составителя на подбор и расположение материалов. Аудиовизуальное произведение: кинематографическое и выраженное средствами, аналогичными кинематографическим (теле-, видеофильм и т.д.). Субъекты авторских прав: авторы, соавторы, наследники, иные правопользователи. Служебное произведение и особенности его использования автором и работодателем. Право автора на вознаграждение. Трудовой договор и срок действия исключительного права; трудовая функция работника и право работодателя на служебное произведение.
3	Содержание интеллектуальных прав. Срок действия исключительного права	Интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства. Исключительное право на использование произведения (воспроизведение, публичное исполнение, сообщение в эфир, перевод и др.). Статья 1270 ГК РФ. Право авторства, право на имя, право на неприкосновенность произведения; право на обнародование произведения, право на отзыв. Право доступа к произведениям изобразительного искусства и архитектуры с целью воспроизведения, фото- и видеосъемки. Право автора отчужденного оригинала произведения изобразительного искусства на получение вознаграждения при каждой официальной перепродаже (право следования). Распространение этого права на автографы литературных и музыкальных произведений. Неотчуждаемость права следования. Срок действия исключительного права на произведение (общее положение и исключения из него). Исчисление срока действия исключительного авторского права. Особенности течения семидесятилетнего срока в случае обнародования произведения после смерти автора. Переход произведения в общественное достояние.
4	Права, смежные с авторскими	Интеллектуальная собственность исполнителя (артиста, дирижёра, режиссёра), автора фонограммы, организации эфирного или кабельного вещания, автора базы данных,

		публикатора. Исключительные и неисключительные права исполнителя, их охрана при жизни и после смерти исполнителя. Действие исключительного права на исполнение на территории РФ. Срок действия исключительного права на исполнение, переход этого права по наследству и переход исполнения в общественное достояние. Изготовитель фонограммы и его права. Особенности использования фонограммы, опубликованной в коммерческих целях. Срок действия исключительного права на фонограмму. Право организаций эфирного и кабельного вещания. Исключительное право на использование сообщение радио- или телепередачи (запись сообщения, воспроизведение записи, распространение сообщения путём продажи, ретрансляция, доведение до всеобщего сведения, публичное исполнение). Право изготовителя базы данных как лица, организовавшего создание базы данных и работу по сбору, обработке и расположению составляющих её материалов. Право публикатора на обнародованное им произведение науки, литературы и искусства, ранее не обнародованное и перешедшее в общественное достояние либо находящееся в общественном достоянии как не охраняемое авторским правом. Срок действия этого права и причины его досрочного прекращения.
5	Договоры в авторском праве. Коллективное управление авторскими правами	Виды договоров (договор об отчуждении исключительного права, лицензионный договор; правоотношения между лицензиаром и лицензиатом). Условия лицензионного договора (предмет договора, объем прав, способы использования произведения, срок и территория, размер вознаграждения). Виды нарушений договора и ответственность. Сублицензионный договор. Открытая лицензия на использование произведения. Сложный объект (кинофильм, спектакль, мультимедийный продукт, единая технология) и основания для использования произведения в его составе. Договор об отчуждении исключительного права на произведение, лицензионный договор, договор авторского заказа: принципиальные отличия. Особые условия издательского лицензионного договора; основания для расторжения договора лицензиаром. Ответственность по договорам: возмещение реального ущерба, возврат аванса, уплата неустойки. Служебное произведение и особенности его использования автором и работодателем. Право автора на вознаграждение. Трудовой договор и срок действия исключительного права; трудовая функция работника и право работодателя

		на служебное произведение. Организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами: исторический аспект и принципы функционирования. Договор о передаче полномочий по управлению правами. Исполнение организациями по управлению правами на коллективной основе договоров с правообладателями (заключение лицензионных договоров с пользователями; сбор вознаграждения за использование авторских и смежных прав; распределение и выплата указанного вознаграждения; предоставление отчетов правообладателям; формирование реестров, содержащих сведения о правообладателях, а также о переданных в управление правах и объектах прав; размещение необходимой информации в общедоступной информационной системе). Государственная аккредитация организаций по управлению правами на коллективной основе.
6	Свободное использование произведений в медиа	Баланс между правами автора на контент и правом общества на информацию, развитие образования и искусства – этический и философский аспекты. Воспроизведение произведения в личных целях без согласия правообладателя и без выплаты вознаграждения. Исключения, ограничивающие свободное воспроизведение произведения в личных целях. Свободное использование произведения в информационных, научных, учебных, культурных целях без согласия автора и без выплаты вознаграждения. Использование созданного произведения в жанре литературной, музыкальной или иной пародии и карикатуры. Свободное использование произведения путем репродуцирования (факсимильного воспроизведения произведения с помощью любых технических средств, осуществляемое не в целях издания). Репродуцирование произведений в единственном экземпляре без извлечения прибыли библиотеками и архивами. Репродуцирование малообъемных произведений в учебных и научных целях, а также образовательными учреждениями для аудиторных занятий. Свободное использование произведения, постоянно находящегося в месте, открытом для свободного посещения. Случаи свободного публичного исполнения музыкального произведения. Свободная запись произведения организацией эфирного

		вещания в целях краткосрочного пользования. Срок уничтожения такой записи. Условия для сохранения такой записи без согласия правообладателя. Этические аспекты цитирования и заимствования контента.
7	Практика использования контента в медиа	Политика крупнейших социальных сетей (ВКонтакте и пр.) в сфере охраны интеллектуальной собственности. Особенности использования текстового, графического, аудиовизуального контента в индустрии моды, книгоиздания, дизайна и компьютерных игр, музыкальной и музейно-галерейной индустрии.
8	Ответственность за нарушение законодательства о массовой информации и интеллектуальной собственности. Защита авторских прав. Освобождение от ответственности	Основные причины судебных исков к создателям и распространителям контента. Ответственность за распространение запрещенной информации; информации о личной жизни граждан, персональных данных и пр. Особенности наложения ответственности на журналистов и случаи освобождения редакции и журналиста от ответственности. Информация об авторском праве, идентифицирующая произведение и правообладателя. Недопустимость удаления или изменения такой информации без разрешения правообладателя, а также недопустимость использования произведений, в отношении которых такая информация была удалена или изменена без разрешения правообладателя. Право автора требовать в случае нарушения этих положений компенсации или возмещения убытков. Технические средства защиты прав. Ответственность за нарушение исключительного права на произведение. Правила рассмотрения и разрешения споров, связанных с защитой интеллектуальных прав. Защита личных неимущественных прав (признание права, пресечение нарушающих право действий, компенсация морального вреда и т.д.). Адресаты предъявляемых требований. Обеспечение иска по делам о нарушении исключительных прав к материальным носителям, оборудованию и материалам. Возмещение убытков и компенсация за нарушение права. Ответственность юридических лиц за нарушение исключительных прав. Анализ судебных решений. Методические указания по самостоятельному письменному разбору студентами судебного решения.

5. Рекомендуемые образовательные технологии.

Методические рекомендации по изучению курса

Изучение дисциплины базируется на общих правовых знаниях, полученных студентами при освоении дисциплин «Основы медиакоммуникаций» и

«Правоведение». При преподавании курса проводится также анализ проблемных ситуаций в этой сфере, исследуются судебные решения. Промежуточный контроль осуществляется посредством тестирования. По окончании третьего семестра проводится зачет, по окончании четвертого семестра – экзамен.

6.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов в ходе третьего семестра. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам третьего семестра.

Аттестация (зачет)

В соответствии с балльно-рейтинговой системой зачет принимается по схеме:

100 баллов распределяются таким образом:

0 – 20 баллов – ответ на зачете

0 – 80 баллов студент может заработать в ходе работы на лекциях, из них:

Тесты. Всего 4 теста, максимум по 10 баллов за 1 тест = 40

Посещаемость лекций: по 2,5 балла за лекцию = 40

Оценки на зачете:

0 – 49 /незачет/

50 – 100 /зачет/

Требования к сдаче зачета (экзамена) в письменном формате:

Отсутствие неправомерных заимствований.

Цитирование учебной, научной литературы, текстов произведений; правильно оформленные цитаты с указанием источников.

Знание учебной литературы.

Демонстрация понимания вопроса и изложение собственных мыслей в заданной теме.

Письменный ответ студента проверяется на ресурсах по проверке неправомерных заимствований («Антиплагиат» и др.)

Тестовые вопросы (приблизительный комплект):

1. Уголовным преступлением является:

А. Диффамация

Б. Клевета

В. Оскорбление

2. Требуемые по запросу гражданина сведения должны быть предоставлены в срок:

А. 30 дней.

Б. Немедленно.

В. 7 дней.

3. В какой статье Конституции РФ закреплено право граждан на свободу мысли и слова; право свободно собирать и распространять информацию?

А. 17

Б. 29

В. 55

4. Впервые в оборот понятие «деонтология» ввёл

- А. Гиппократ
- Б. Бентам
- В. Ломоносов

5. Под средством массовой информации понимается:

- А. Сборник «Воспоминания о факультете журналистики».
- Б. Предвыборный плакат.
- В. Зарегистрированный сайт.

6. Автором «Размышлений об обязанностях журналиста» является

- А. Ломоносов
- Б. Бентам
- В. Гиппократ

7. Под журналистом понимается:

- А. Верстальщик.
- Б. Фотокорреспондент.
- В. Корректор.

8. За соблюдением законодательства о рекламе в РФ следит:

- А. Минюст РФ
- Б. Агентство по регулированию рекламы и массовых коммуникаций
- В. ФАС

9. Под цензурой понимается требование согласовывать сообщения:

- А. Со стороны государственных органов.
- Б. Со стороны главного редактора.
- В. Со стороны автора произведения.

10. Учредителем СМИ не может быть:

- А. Государственный орган.
- Б. Пенсионер.
- В. Гражданин, не достигший 18-летнего возраста.

11. В законодательство РФ о СМИ входит:

- А. Закон РФ «О средствах массовой информации».
- Б. Закон «Об альтернативной гражданской службе».
- В. Закон «О защите прав потребителей».

Тематика эссе или курсовых работ:

- 1. Средства массовой информации: основные понятия
- 2. Причины появления кодексов профессиональной этики
- 3. Законодательство о СМИ
- 4. Профессиональные этические нормы при общении с информатором
- 5. Законодательные нормы о свободе слова и информации
- 6. Права журналиста
- 7. Основные механизмы саморегулирования
- 8. Обязанности журналиста
- 9. Правовое регулирование массовой информации в интернете

10. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации
11. Запрос на получение информации
12. Ограничения при предоставлении информации: виды тайн
13. Ответственность за непредоставление информации
14. Особенности правового регулирования рекламы
15. Правовое регулирование интернета
16. Защита чести, достоинства и деловой репутации
17. Право физического лица на его изображение
18. неприкосновенность частной жизни
19. Российские и зарубежные журналистские этические кодексы: сравнительный анализ
20. Защита общественных интересов и неприкосновенность частной жизни
21. Роль профессиональных кодексов в формировании профессионального долга и ответственности журналиста
22. Этические ограничения при использовании методов «смена профессии», «скрытое наблюдение».

6.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов в ходе четвёртого семестра. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам четвёртого семестра.

Аттестация (экзамен)

В соответствии с балльно-рейтинговой системой экзамен принимается по схеме:

100 баллов распределяются таким образом:

0 – 20 баллов – ответ на экзамене

0 – 80 баллов студент может заработать в ходе работы на лекциях, из них:

Тесты на лекции: всего 4 теста, максимум по 10 баллов за 1 тест = 40

Посещаемость лекций: 2,5 балла за лекцию = 40

Оценки на экзамене:

0 – 49 /неудовлетворительно/

50 – 69 /удовлетворительно/

70 – 89 /хорошо/

90 – 100 /отлично/

Тестовые вопросы (приблизительный комплект):

1. Не являются объектами авторского права:

А. Роман.

Б. Фотография.

В. Очерк.

Г. Идея.

2. Компенсация за нарушение исключительных авторских прав составляет:

А. От 10 000 руб. до 5 000 000 руб.

Б. 5 000 руб.

В. 10 000 000 руб.

Г. Отсутствует.

3. Право автора на имя охраняется:

- А. В течение его жизни.
- Б. Бессрочно.
- В. 100 лет после смерти.
- Г. Не охраняется никогда.

4. К производным произведения относятся:

- А. Переведенные с других языков.
- Б. Фольклорные.
- В. Программа телепередач.
- Г. Цитаты.

5. Право доступа распространяется на:

- А. Музыкальные произведения.
- Б. Произведения изобразительного искусства.
- В. Фотографические произведения.
- Г. Литературные произведения.

6. Правам на результаты интеллектуальной деятельности посвящена:

- А. 1-я часть ГК РФ.
- Б. 2-я часть ГК РФ.
- В. 3-я часть ГК РФ.
- Г. 4-я часть ГК РФ.

7. К личным неимущественным правам относятся:

- А. Право на перевод.
- Б. Право на импорт.
- В. Право на распространение.
- Г. Право на имя.

8. Срок действия авторского права (по общему правилу):

- А. Пожизненно и 70 лет после смерти автора.
- Б. 25 лет после создания произведения.
- В. Только пожизненно.
- Г. 15 лет после обнародования произведения.

9. Для возникновения авторского права требуется:

- А. Знак охраны (копирайт).
- Б. Факт создания произведения.
- В. Регистрация произведения в РАО.
- Г. Публикация произведения.

10. Закон охраняет:

- А. Содержание произведения.
- Б. Форму произведения.
- В. Идею произведения.
- Г. Стиль и язык произведения.

11. Не являются объектами авторского права;

- А. Государственные символы и знаки (флаг, герб, ордена).

- Б. Программы для ЭВМ.
- В. Произведения скульптуры.
- Г. Аудиовизуальные произведения.

12. К неимущественным правам относятся:

- А. Право на перевод.
- Б. Право на импорт.
- В. Право авторства.
- Г. Право на распространение.

13. Переводчик является автором:

- А. Производного произведения.
- Б. Оригинального произведения.
- В. Идеи.
- Г. Концепции.

14. Свободное использование музыкального произведения допускается:

- А. На дискотеке.
- Б. В ресторане.
- В. Во время религиозной церемонии.
- Г. На теплоходе.

15. В возмездном лицензионном договоре обязательно указывается:

- А. Территория.
- Б. Срок передачи прав.
- В. Размер вознаграждения или порядок его определения.
- Г. Условия об отчетности лицензиата.

16. Коллаж, созданный журналистом из фотографий других авторов, можно публиковать:

- А. Без согласования с авторами этих фотографий.
- Б. Только с их разрешения.
- В. Без разрешения, но с указанием фамилии.
- Г. Без разрешения, но с выплатой вознаграждения.

17. Отношения между правообладателем и правопользователем регулируются:

- А. Гражданским кодексом РФ.
- Б. Уголовным кодексом.
- В. Трудовым кодексом.
- Г. Семейным кодексом.

18. Сокращая рассказ, редактор обязан согласовать это с:

- А. Главным редактором.
- Б. Корректором.
- В. Автором рассказа.
- Г. Ни с кем.

19. Переводить произведение в личных целях с другого языка можно:

- А. С разрешения автора.

- Б. Без разрешения.
- В. С разрешения иностранного издателя.
- Г. С разрешения распространителя.

Тематика эссе и курсовых работ:

1. Исключительные права автора и их защита.
2. Интеллектуальные права в условиях конвергентной журналистики.
3. Авторские права в интернете.
4. Интеллектуальная собственность на радио и телевидении.
5. Анализ нарушений авторского права в сфере периодической печати.
6. Объекты авторских прав в журналистике.
7. Неимущественные права автора.
8. Право на производные произведения.
9. Свободное использование произведений в медиа.
10. Ответственность за нарушение исключительного права автора.
11. Служебные произведения в журналистике: особенности использования.
12. Лицензионные договоры и их виды.
13. Исключительное право на исполнение произведения.
14. Исключительное право на фонограмму.
15. Право организаций эфирного и кабельного вещания.
16. Договор об отчуждении исключительного права и лицензионный договор: сравнительный анализ
17. Нарушения в сфере авторского права и смежных прав: судебная практика.
18. Публикатор и его право на обнародованное произведение.
19. Новое в авторском праве (анализ гл. 70 части IV Гражданского кодекса Российской Федерации).
20. Организации, осуществляющие коллективное управление авторскими и смежными правами.
21. Авторское право фотожурналиста.
22. Права авторов аудиовизуального произведения.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Список литературы (основной и дополнительной)

а) основная литература

- Конституция РФ
- Закон РФ «О средствах массовой информации»
- ФЗ РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
- Гражданский кодекс РФ, часть четвертая
- Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М., 2003.
- Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. – М., 2017.
- Лазутина Г.В. Деонтология журналистики как сфера научного знания. Медиасистема России. – М., 2020.
- Медиаэтический стандарт (Нормативно-ценностные ориентиры Общественной коллегии по жалобам на прессу).
- Панкеев И.А. Правовое регулирование СМИ. – М., 2019.

б) дополнительная литература

Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.

Засурский Я.Н. Искушение свободой. – М., 2004.

Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (учебно-практический) к части четвертой /под ред. С.А. Степанова. М., 2016.

Комментарий к Закону РФ о СМИ

Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу: об этическом подходе к журналистской профессии. – М., 1998.

Мэйс, Иан. Работа над ошибками: Опыт омбудсмана газеты «Гардиан». – М., 2005.

Обзор практики рассмотрения судами дел по спорам о защите чести, достоинства и деловой репутации, утв. Президиумом ВС РФ 16.03.16.
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195322/

Панкеев И. А., Тимофеев А.А. Правовые основы фотожурналистики. — 2019.

Панкеев И.А., Тимофеев А.А. Свободное использование произведений в СМИ. 2019.

Постановление Пленума Верховного Суда РФ «О практике применения судами закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»».
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101401/

Право интеллектуальной собственности: актуальные проблемы: монография / под общ. ред. Е. А. Моргуновой. М., 2017.

Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. – М., 2002.

Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. – М., 2004.

Современная журналистика в аспекте деонтологии. Вып. 1-4 – М., 2017-2021.

Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: Учебник. – Б.м., 2016.

Шайхитдинова С.К. Медиа-этика. – Казань, 2007.

в) программное обеспечение – не требуется

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Справочная правовая система «КонсультантПлюс» URL:
<http://www.consultant.ru/>

Информационно-правовой портал «Гарант. РУ» URL: <http://www.garant.ru/>

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации URL: <http://minsvyaz.ru/>

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) URL: <https://rkn.gov.ru/>

Федеральная антимонопольная служба URL: <https://fas.gov.ru/>

Учебный сайт И.А. Панкеева

Учебный сайт А.А. Тимофеева

Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для освоения дисциплины требуется свободный доступ к сети Интернет, а также:
А. Помещения: аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации;

Б. Оборудование: наборы ученической мебели, рабочее место преподавателя, ученическая доска, компьютер, проектор, экран, доска интерактивная.

Разработчики:

Профессор кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, доктор филологических наук **И.А. Панкеев.**

Старший преподаватель кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, кандидат филологических наук **А.А. Тимофеев.**