

Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Юридический факультет
Кафедра Конституционного и административного права

Программа высшего образования
Направление «Юриспруденция»
Профиль «Государственно-правовой»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ



Заведующий кафедрой:
к.ю.н. доц. Кленкина О.В.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
«АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ СТАТУС СМИ В
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Выполнил:

Захаров Н. А

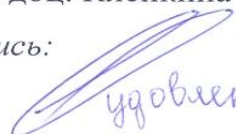
группа: ЗЮ 12

подпись: 

Научный руководитель:

к.ю.н., доц. Кленкина О.В.

подпись:



удовлетворительно

Самара

2017

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Средства массовой информации в Российской Федерации.....	6
1.1. Понятие и признаки СМИ как особого субъекта административного права.....	6
1.2. Виды и структура средств массовой информации в РФ.....	14
Глава 2. Структура административно-правового статуса СМИ.....	24
2.1. Правосубъектность средств массовой информации.....	24
2.2. Элементы административно-правового статуса СМИ.....	33
Глава 3. Реализация административно-правового статуса СМИ.....	46
3.1. Реализация основных прав и гарантий СМИ.....	46
3.2. Исполнение основных обязанностей СМИ и привлечение к ответственности.....	57
Заключение.....	68
Список источников и литературы.....	76

Введение

Средства массовой информации на протяжении долгого времени развития общества играли и продолжают играть фундаментальную роль в жизни и деятельности людей. Они являются важнейшим инструментом установления необходимых связей и формирования общественного мнения. Во всех сферах и институтах средства массовой информации (СМИ) выполняют разнообразные функции, начиная от информирования о различных событиях в стране и мире и заканчивая рекламой в любых ее проявлениях.

Необходимость государственного регулирования деятельности данных субъектов является очевидным, поскольку с каждым днем возрастает их влияние на сознание людей и количество самих СМИ, в настоящее время в реестре содержатся данные о 79 458 СМИ (по состоянию на 20.05.2017)¹. Регулирование государством средств массовой информации осуществляется, в том числе, посредством установления административно-правового статуса.

Основы правового статуса средств массовой информации установлены в статье 29 Конституции РФ, которая предусматривает гарантии свободы массовой информации, мысли и слова, запрет цензуры, а также право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Указанные конституционно-правовые элементы являются приоритетными и определяющими для административно-правового статуса СМИ.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном обществе средства массовой информации, выполняя роль коммуникационного канала, обладают особым административно-правовым статусом, который определяется значением системы передачи информации

¹ <http://rk.gov.ru/mass-communications/reestr/media/>

между субъектом и объектом². В связи с этим необходимость определения административно -правового статуса СМИ требуется для создания эффективной системы государственного управления.

Выводы о возможностях осуществления деятельности средствами массовой информации в системе управления можно сделать посредством анализа их прав, гарантий, обязанностей и ответственности, которые являются элементами административно-правового статуса. Реализация же административно-правового статуса субъекта зависит от правосубъектности, которая определяет наделение субъекта возможностью иметь права, гарантии, обязанности и быть привлеченным к ответственности, а также своими действиями реализовать элементы статуса.

Однако, наличие правосубъектности и элементов административно-правового статуса еще не является гарантией дальнейшей реализации статуса. Материальные нормы, устанавливающие элементы статуса и правосубъектность, должны быть, в свою очередь, конкретизированы процессуальными нормами, регулирующими процедуру их реализации. В случае, если процессуальные нормы не предусмотрены либо порядок их применения фактически нереализуем, то это показывает неэффективность института государственного регулирования в этой сфере.

Цель дипломной работы заключается в том, чтобы на основе анализа теоретических положений и нормативно-правовых актов Российской Федерации провести комплексное исследование проблем административно-правового статуса средств массовой информации, дать обобщенную характеристику содержания института СМИ, а также выработать практические рекомендации с целью совершенствования законодательства, определяющего административно-правовой статус СМИ.

Для достижения поставленной цели, необходимо выполнить ряд задач:

² Кленкина О.В. Административное право: Учебное пособие для бакалавриата. – Самара, Изд-во Самарской академии государственного и муниципального управления. 2013. – 200 с.

- 1) определить понятие и признаки СМИ как особого субъекта административного права;
- 2) исследовать виды и структуру средств массовой информации;
- 3) проанализировать механизм приобретения и прекращения правосубъектности;
- 4) рассмотреть элементы административно-правового статуса СМИ;
- 5) проанализировать реализацию элементов административно-правового статуса СМИ;
- 6) сформировать предложения по совершенствованию законодательства в сфере деятельности СМИ.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в сфере деятельности средств массовой информации, установлении административно-правового статуса института СМИ как одного из важнейших государственно-правовых институтов современного мира, а также общественные отношения, складывающиеся в процессе практической реализации административно-правового статуса СМИ.

Предметом исследования являются нормы российского законодательства, регулирующие деятельность средств массовой информации, установление административно-правового статуса института СМИ, а также регулирующие общественные отношения, складывающиеся в процессе его практической реализации.

Методологической базой при написании научной работы послужили общенаучные методы (дедукция, анализ, синтез), метод диалектического познания, метод теоретического анализа, сравнительно-правовой метод, формально-юридический. Использованы такие приемы как аналогия и формализация.

Вопросы статуса средств массовой информации уже продолжительное время пользуются вниманием и вызывают интерес среди ученых-правоведов. В ходе исследования нами изучены труды, посвященные указной теме, таких

авторов как: Алешина И. В., Блажнов Е. А., Игнатъев Д., Королько В.Г., Федотова Л. Н., Ольшанский Д.В., Пиголкин А.С.,Брайант Дж., Козлова М.М., Кондрашина М.Н., Орлов К.А., Пиголкин А.С.,Серова О.А.,Россинский Б.В., Старилев Ю.Н., Фомичева И.Д. и других авторов.

Дипломная работа состоит из трех глав и шести параграфов, последовательное изложение которых позволяет решить поставленные в работе задачи и достичь цели исследования.

Глава 1. Средства массовой информации в РФ

1.1 Понятие, функции и признаки СМИ как особого субъекта административного права

В современном мире средства массовой информации являются одним из ключевых факторов развития общества и представляют собой неотъемлемую часть политической и культурной жизни. С их помощью осуществляется передача информация в различных целях, начиная от извещения о произошедших событий в мире до стимулирования продаж и формирования определенного мнения.

Влияние СМИ на общество велико, в связи с чем необходимость государственного регулирования деятельности данных субъектов становится очевидным. Такое регулирование осуществляется, в том числе, посредством установления административно-правового статуса средств массовой информации. Но, рассмотрение административно-правового статуса данного субъекта возможно после всестороннего изучения данного явления.

В сочинении «Философия права» Гегель отмечал, что «во всяком познании главным является необходимость понятия и субстантивных свойств»³. Условием эффективности любого исследования служит изучение понятие и признаков, функций, видов и структуры предмета. Именно эти обстоятельства определяют теоретико-правовое содержание данной главы. В рамках настоящего параграфа следует изучить две базовые категории, а именно понятие и признаки средств массовой информации.

Целесообразным видится начать с понятия «субъект административного права», поскольку в дальнейшем предстоит рассмотрение СМИ, как особого субъекта административного права.

³ Гегель Г.В.Ф. Философия права / Перевод с немецкого языка. – М.: Мир книги, Литература, 2007. – С. 49

Так, по мнению Братановского С.Н., субъекты административного права – это конкретные участники административно-правовых отношений, в которые могут вступить в эти правоотношения по собственному усмотрению или в силу обязанности, возложенной на них правовой нормой⁴.

Россинский Б.В., Старилов Ю.Н. считают, что субъект административного права представляет собой одну из сторон публичной управленческой деятельности, участник управленческих отношений, наделенный законодательством правами, обязанностями, полномочиями, компетенцией, ответственностью, способностью вступать в административно-правовые отношения⁵.

Необходимо иметь в виду, что управление осуществляется в отношении субъекта административного права, в данном случае средств массовой информации, и при его осуществлении происходит обратная связь, которая в свою очередь влияет на властные органы, осуществляющие управление.

Обратная связь может воздействовать и на формирование административно-правового статуса субъекта, так как новые обстоятельства требуют соответствующего регулирования.

Для эффективного управления властный субъект должен учитывать дифференциальные критерии, поэтому регулирование поведения субъектов административного права осуществляется на основании различных факторов.

Видно, что особенность средств массовой информации как субъекта административного права связана с тем, что они занимают особое положение в системе государственного управления.

Так, например, одним из специфических прав СМИ является право на свободу средств массовой информации. Законодатель также установил принцип недопустимости цензуры, что в совокупности с правами означает

⁴ Братановский С.Н. Административное право. Общая часть: учебник. М.: Директ-Медиа, 2013. - С. 234.

⁵ Россинский Б.В., Старилов Ю.Н. Административное право. М., 2009, С. 158.

ограничение контроля со стороны государства в отношении рассматриваемых субъектов (ст. 1, 3 ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015) (далее – «ФЗ «О СМИ»))⁶.

В целях исследования необходимо понять, что собой представляет СМИ, а для этого необходимо установить понятийный аппарат.

Средства массовой информации сложное понятие, поэтому целесообразным видится начать с определения массовой информации.

В силу ст. 2 ФЗ «О СМИ» под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы⁷.

Ст. 2 ФЗ «О СМИ» также закрепляет понятие СМИ - это периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)⁸.

Можно прийти к выводу, что СМИ – это форма периодического распространения сообщений и материалов, предназначенных для неограниченного круга лиц, имеющие постоянное наименование.

Полученное определение является узким и отражает не все аспекты статуса средств массовой информации, а, следовательно, его необходимо дополнить.

СМИ также рассматривается как канал, способ, материального носителя, «приспособления» для фиксирования, хранения и распространения информации для, через или от массовой аудитории⁹, однако, понятно, что данный подход уже легитимного, и не отвечает целям исследования.

⁶ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁷ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁸См. там же.

⁹Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2007, С. 22.

Можно согласиться с мнением К.А. Орлова, что при анализе СМИ следует остерегаться их понимания лишь как продукта коммуникации.

Такой подход к их сущности может сориентировать на одностороннее и неполное осознание их роли в жизни общества, он поощряет консервативные воззрения¹⁰.

Формирование понятия средств массовой информации тесно связано с их местом в системе государственного управления. СМИ часто воспринимаются людьми не только как способ распространения информации, но и как механизм воздействия.

О психологическом влиянии СМИ начали говорить еще с момента появления в 1450 году первого печатного станка. Иногда исторические свидетельства использовались для того, чтобы вести хронику явно выраженных изменений общественного мнения или коллективного поведения вследствие массивного воздействия массовой информации на аудиторию. В других случаях это влияние было не столь явным, но в некоторых случаях проходили акции протеста¹¹.

Механизм действия средств массовой информации рассмотрен Д.В. Ольшанским. Так, по его мнению, информация о факте никогда не может быть передана в чистом виде, всегда к информационному сообщению осознанно или неосознанно будет примешено отношение к нему.

Можно согласиться с мнением Ольшанского, которое сделано на основании выводов известных исследователей рассматриваемых процессов М. Маклуэна и У. Онга о том, что в силу самой своей сути и природы средства массовой информации возвращают и погружают человека в миф. Что «миф тем самым снова, как когда-то в исторически далеком прошлом, оказывается органичным способом отношения к действительности¹².

¹⁰ Орлов К.А. Средства массовой информации как элемент гражданского общества. Вестник ЮУрГУ, № 20, 2012, С. 13.

¹¹Брайант Дж. Основы воздействия СМИ. М., 2004, С. 43.

¹² См. там же.

Еще один «социальный вариант» определения понятия «средства массовой информации» - помещение их с систему властных отношений. Наиболее известной здесь является концепция СМИ как четвертой власти, развитая в работах таких авторов, как У. Ростроу, Э. Багерстрем, Ж. Мерме, Д. Белл¹³.

Учитывая различные подходы к пониманию средств массовой информации, а также потенциал их воздействия на аудиторию, следует, что для формирования определения изучаемого понятия в целях исследования требуется также установить функции СМИ.

Д.В. Ольшанский в своей работе «Психология масс» приводит пять функций массовой коммуникации. В результате анализа данной работы становится понятным, что Д.В. Ольшанский использует понятие массовые коммуникации в значении средств массовой информации, в связи с чем, функции массовых коммуникаций необходимо рассмотреть в контексте функций СМИ¹⁴:

1. Информационная функция.

Заключается в наличии информации и рассматривается как основная задача коммуникации.

2. Функция социализации (воспитания).

Посредством реализации этой функции происходит формирование или изменение установок и ценностей аудитории.

3. Организации поведения.

Данная функция проявляется в том, что на ее основании прекращается и изменяется какое-либо действие аудитории, в которой происходит распространение информации.

4. Создания определенного эмоционально-психологического тона аудитории.

¹³Кондрашина М.Н. СМИ как агент публичной политики. Вестник Томского государственного университета, № 338, 2010, С. 43.

¹⁴Ольшанский Д.В. Психология масс. М., 2002. С. 294.

С помощью рассматриваемой функции происходит поддержание или создание эмоций.

5. Коммуникативная.

Связана с усилением, поддержанием или с ослаблением связей между разными аудиториями с одной стороны, и коммуникатором и аудиторией — с другой.

Таким образом, учитывая наиболее важные функции, которые выполняет СМИ, различные подходы к определению понятия, а также потенциал влияния данного субъекта на аудиторию можно сконструировать базовое определение:

Средства массовой информации – это формы периодического распространения сообщений и материалов, предназначенных для неограниченного круга лиц, под постоянным наименованием, осуществляющие формирование установок, ценностей и соответствующего поведения аудитории посредством мифов.

Следует отметить, что особенность административно-правового статуса СМИ связана с тем, что рассматриваемый субъект не является ни юридическим, ни физическим лицом, ни каким-либо иным объединением. Элементы статуса не могут реализоваться формой периодического распространения сообщений и материалов. Приобретение статуса СМИ позволяет учредителю, редакции и иным лицам, осуществляющим деятельность средств массовой информации реализовывать административно-правовой статус СМИ.

На основании полученного определения СМИ можно выделить признаки данного субъекта:

1. Наличие формы распространения сообщений.

Данный признак подразумевает под собой объект, с помощью которого осуществляется передача информации, в зависимости от конкретного вида СМИ он будет меняться. Так, например, газета предполагает наличие

бумажного носителя информации, а радиоканал - звуковые сообщения и материалы.

2. Информационное сообщение.

Этот признак характеризуется наличием какой-либо информации, передаваемой через форму распространения сообщений. В зависимости от вида СМИ информационные сообщения также могут различаться. В газете будут присутствовать текстовые сообщения либо иные печатные сведения, в то время как с помощью телеканала информация передается в форме аудиовизуальных сообщений.

3. Периодическое распространение информации.

Предполагает распространение информационных сообщений с определенной периодичностью, как правило, не реже одного раза в год.

4. Направленность на неограниченный круг лиц.

Средства массовой информации распространяются среди неопределенного круга лиц, т.е. доступ к СМИ может получить любой желающий.

5. Постоянное наименование.

Означает, что каждое средство массовой информации должно иметь название и выпускать информационную продукцию только под ним. Данный признак позволяет идентифицировать СМИ.

6. Формирование ценностей, установок и соответствующего поведения.

Отражает возможности влияния СМИ на общество, так как посредством распространения информационных сообщений, которые всегда несут в себе субъективную оценку, формируется определенное мнение в обществе о происходящих фактах. В результате такого формирования мнения устанавливаются ценности и соответствующее поведение.

Таким образом, рассмотрев существующие подходы к понятию СМИ, их функции и признаки, можно сделать следующие выводы по первому параграфу дипломной работы.

Базовым понятием СМИ, которое будет использовано в настоящем исследовании, является следующее: средства массовой информации - это формы периодического распространения сообщений и материалов, предназначенных для неограниченного круга лиц, под постоянным наименованием, осуществляющие формирование установок, ценностей и соответствующего поведения аудитории. Данное понятие по сравнению с остальными отражает существенные характеристики указанного субъекта административного права, делая акцент не только на роли и воздействии СМИ на общество, но и функции субъекта, а также одновременно не включает в себя все виды форм периодического распространения сообщений и материалов, тем самым не «отяжеляет» понятие, не делая его слишком широким.

Понятие СМИ отражает его особое место среди субъектов административного права, поскольку средства массовой информации как участники административно-правовых отношений наделены законодательством специфичными правами, обязанностями, полномочиями, компетенцией и ответственностью.

К функциям средств массовой информации следует относить: информационная; функция социализации (воспитания); организации поведения, функция по созданию определенного эмоционально-психологического тонаса аудитории; коммуникативная.

Признаками СМИ являются наличие у данного субъекта: формы распространения сообщения, информационного содержания сообщения; периодичности распространения информации; направленности на неограниченный круг лиц; постоянного наименования; направленности на формирование ценностей, установок и соответствующего поведения.

Тем самым, мы рассмотрели три элемента понятие, признаки и функции средств массовой информации, что позволяет нам перейти к анализу следующих характеристик данного субъекта, а именно виды и структуру СМИ, что поможет раскрыть теоретико-правовое содержание этого явления.

1.2 Виды и структура средств массовой информации в РФ

Средства массовой информации как особые субъекты административных правоотношений в зависимости от конкретного вида СМИ имеют различный административно-правовой статус, поскольку используются различные формы передачи информационных сообщений, имеющие собственное правовое регулирование. Лишь после разграничения видов СМИ становится возможным проанализировать элементы административно-правового статуса. Кроме того, необходимо определить структуру средств массовой информации, поскольку именно она позволяет увидеть взаимосвязь элементов структуры между собой, что определяет эффективность деятельности данного субъекта.

В ст. 2 ФЗ «О СМИ» закреплены виды средств массовой информации, определенные в понятии СМИ. Так, к видам можно отнести:

- 1) периодическое печатное издание;
- 2) сетевое издание;
- 3) телеканал;
- 4) радиоканал;
- 5) телепрограмма;
- 6) радиопрограмма;
- 7) видеопрограмма;

8) кинохроникальная программа.

Следует отметить, что перечень видов средств массовой информации является открытым. Рассмотрим последовательно виды СМИ.

1. Периодическое печатное издание определяется ст. 2 ФЗ «О СМИ»¹⁵ как газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Рассматриваемый вид средства массовой информации имеет характерные признаки: должен быть выражен в материальной форме, т.е. напечатан на предназначенном для этого материале, как правило, бумаге, иметь название, номер и срок выпуска между печатными изданиями не может превышать один год.

Статьей 7 ФЗ «О СМИ» определены обязательные выходные данные периодического печатного издания: наименование (название) издания; учредитель (соучредители); фамилия, инициалы главного редактора; порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет; индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи; тираж; цена, либо пометка; адреса редакции, издателя, типографии; знак информационной продукции.

2. Под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с ФЗ «О СМИ» (ст. 2 ФЗ «О СМИ»)¹⁶.

При этом ч. 13 ст. 2 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 (ред. от 31.12.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015)¹⁷ закрепляет понятие термина «сайт в сети Интернет» - это совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в

¹⁵См. там же.

¹⁶См. там же.

¹⁷ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 (ред. от 31.12.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015), <http://www.consultant.ru/>.

информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет».

В результате анализа законодательных положений, можно сделать вывод, что для признания СМИ сетевым изданием должны одновременно исполняться следующие требования:

- 1) должен быть создан сайт, т.е. совокупность программ электронных вычислительных машин и иной информации;
- 2) размещен в сети интернет под доменным именем и/или сетевым адресом, позволяющим идентифицировать СМИ:
- 3) необходимо наличие регистрации сайта в качестве средства массовой информации.

3. Телеканал.

В соответствии со ст. 2 ФЗ «О СМИ»¹⁸ телеканал понимается как сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность телепрограмм, звуковых сообщений и материалов. При этом указывается, что правила, установленные ФЗ «О СМИ» и другими законодательными актами Российской Федерации для телепрограммы применяются в отношении телеканала, если иное не установлено ФЗ «О СМИ».

4. Телепрограмма

В свою очередь телепрограмма ст. 2 ФЗ «О СМИ»¹⁹ определяется как совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

¹⁸ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

¹⁹См. там же.

Так, видно, что телеканал является совокупностью телепрограмм, поэтому к нему могут относиться требования о них.

Учитывая вышеизложенное, можно определить, что и телеканал и телепрограмма являются совокупностью периодических аудиовизуальных сообщений и материалов, имеющих постоянное название. Отличием же заключается в том, что телеканал формируется в соответствии с программой передач, состоит из телепрограмм и должен выходить с определенной периодичностью, а телепрограмма в свою очередь - это составная часть телеканала и должна выходить в свет с установленной периодичностью - не реже, чем один раз в год.

5. Радиоканал, который представляет собой сформированную в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность радиопрограмм и (или) соответственно иных звуковых сообщений и материалов²⁰.

Указывается, что к радиоканалу, также как и в отношении телеканала и телепрограммы, применяются правила о радиопрограммах, если иное не установлено законом.

6. Радиопрограмма.

Под радиопрограммой понимается совокупность периодических аудиосообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Таким образом, ясно, что вывод о радиоканале и радиопередаче будет аналогичным выводу о телеканале и телепередаче, а именно: радиоканал и радиопрограмма являются совокупностью периодических аудио сообщений и материалов, имеющих постоянное название. Отличие же заключается в том то, что радиоканал формируется в соответствии с программой передач,

²⁰ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

является совокупностью телепрограмм и должен выходить с определенной периодичностью, а радиопрограмма в свою очередь - это составная часть радиоканала и выходит в свет с установленной периодичностью - не реже, чем один раз в год.

Особенностью радиоканалов и радиопередач от телеканалов и телепередач является способ распространения информации. В случае с радиоканалами и радиопередачами информация передается посредством аудио сообщений, а в случае телеканалов и телепередач – посредством аудиовизуальных сообщений.

Необходимо также указать, что выделяется особый вид телеканала и радиоканала – обязательный общедоступный телеканал и обязательный общедоступный радиоканал.

Под обязательными общедоступными телеканалами и (или) радиоканалами понимаются телеканалы и (или) радиоканалы, которые определяются в соответствии с ФЗ «О СМИ» и подлежат распространению во всех средах вещания без взимания платы с потребителей (телезрителей, радиослушателей) за право просмотра, прослушивания (ст. 2 ФЗ «О СМИ»²¹).

Рассматриваемые обязательные общедоступные радиоканалы и телеканалы позволяют выделить еще один вид – не общедоступные радиоканалы и телеканалы. Отличительным критерием в данном случае будет являться взимание платы с потребителя за право просмотра.

7. Видеопрограмма и кинохроникальная программа.

Ст. 2 ФЗ «О СМИ»²² определяет, что видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

²¹ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

²²См. там же.

Отличительной особенностью рассматриваемых средств массовой информации является то, что в данном случае отсутствует специально предусмотренный канал для распространения передач.

Разграничить видеопрограмму и кинохроникальную программу можно на основании законодательных положений ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» № 126-ФЗ от 22 августа 1996 г.(ред. от 01.12.2014)²³.

Так, в ст. 3 указанного закона закрепляется, что фильм - аудиовизуальное произведение, созданное в художественной, хроникально-документальной, научно-популярной, учебной, анимационной, телевизионной или иной форме на основе творческого замысла, состоящее из изображения зафиксированных на киноплёнке или на иных видах носителей и соединенных в тематическое целое последовательно связанных между собой кадров и предназначенное для восприятия с помощью соответствующих технических устройств.

Таким образом, можно сделать вывод, что кинохроникальная программа отличается от видеопрограммы смысловым значением, является близким явлением к фильму и отражает тематическую последовательность событий.

Законодатель также выделил такой вид средств массовой информации, как специализированное средство массовой информации, при этом в ст. 2 ФЗ «О СМИ»²⁴ указано, что под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого ФЗ «О СМИ» установлены специальные правила.

²³ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» № 126-ФЗ от 22 августа 1996 г., <http://www.consult.ru/>.

²⁴См. там же.

Примерами специализированного средства массовой информации могут выступать радиоканал и телеканал, так как в силу ст. 31 ФЗ «О СМИ»²⁵ телевизионное вещание и радиовещание осуществляются вещателем на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти.

Рассмотрев виды СМИ, становится необходимым определить также их структуру.

Правовой статус средств массовой информации подразумевает под собой наличие определенных элементов, с помощью которых осуществляется его реализация, а именно, формирование, распространение и доведение до потребителя информации. В соответствии с ФЗ «О СМИ»²⁶ реализация правового статуса средств массовой информации осуществляется посредством деятельности редакции, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя, которые определяются ст. 2 ФЗ «О СМИ»²⁷:

1. Редакция средств массовой информации.

Под редакцией СМИ понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации²⁸.

2. Главный редактор.

Главный редактор - это лицо, возглавляющее редакцию (независимо от наименования должности) и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации²⁹.

3. Журналист.

Под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции

²⁵ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

²⁶ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

²⁷ См. там же.

²⁸ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

²⁹ Там же.

зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию³⁰.

4. Издатель.

Издатель представляет собой издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода³¹.

5. Распространитель.

Под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях³².

Ясно, что каждый элемент системы имеет особую функцию и при отсутствии одного из звеньев законное использование средств массовой информации не представляется возможным.

Так, редакция осуществляет производство и выпуск СМИ, журналист создает, собирает или подготавливает информационные сообщения, главный редактор возглавляет редакцию и принимает решение о возможности выпуска средства массовой информации, издательство обеспечивает материально-техническое производство продукции, а распространитель доводит информацию до потребителей.

Таким образом, подводя итог параграфу, следует отметить, что существует открытый перечень видов СМИ, внутри которых также могут выделяться подвиды – специализированные средства массовой информации, обязательные общедоступные телеканалы и радиоканалы, а также не

³⁰ Там же.

³¹ Там же.

³² Там же.

общедоступные. Понимание различия и разграничения видов СМИ необходимо для анализа и выявления административно-правового статуса каждого конкретного вида.

Возможность реализации административно-правового статуса СМИ осуществляется посредством наделения правами, обязанностями, гарантиями и ответственностью элементов структуры организации деятельности СМИ, т.е. распространение средств массовой информации и доведение их содержания до потребителя возможно при определенной структуре организации СМИ, элементами которой являются редакция, главный редактор, журналист, издатель и распространитель. Определение административно-правового статуса СМИ возможно путем анализа прав, обязанностей, гарантий и ответственности редакции, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя.

Таким образом, в рамках первой главы нами были сделаны следующие выводы. Условием эффективности исследования административно-правового статуса СМИ служит изучение их понятия и признаков, функций, видов и структуры предмета. Именно эти обстоятельства определяют теоретико-правовое содержание данной главы. Под средствами массовой информации понимаются формы периодического распространения сообщений и материалов, предназначенных для неограниченного круга лиц, под постоянным наименованием, осуществляющие формирование установок, ценностей и соответствующего поведения аудитории. К функциям средств массовой информации следует относить: информационная; функция социализации (воспитания); организации поведения, функция по созданию определенного эмоционально-психологического тона аудитории; коммуникативная.

Признаками СМИ являются наличие у данного субъекта: формы распространения сообщения, информационного содержания сообщения; периодичности распространения информации; направленности на

неограниченный круг лиц; постоянного наименования; направленности на формирование ценностей, установок и соответствующего поведения.

Средства массовой информации являются особыми субъектами административного права, так как занимают специфическое место в системе государственного управления, а также имеют особую процедуру реализации административно-правового статуса.

В связи с тем, что СМИ не являются ни физическими, ни юридическими лицами, ни иными объединениями, распространение средств массовой информации и доведение их содержания до потребителя возможно лишь при осуществлении деятельности редакции, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя.

Перечень видов средств массовой информации определен в ст. 2 ФЗ «О СМИ»: периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.

В зависимости от конкретного вида СМИ может изменяться административно-правовой статус, изучение структуры которого необходимо в рамках второй главы дипломной работы.

Глава 2. Структура административно-правового статуса СМИ

2.1 Правосубъектность средств массовой информации

Реализации административно-правового статуса СМИ зависит от правосубъектности и порядка ее приобретения, так как именно эти категории могут определять фактическую возможность использования прав, гарантий, исполнения обязанностей и привлечения к ответственности. Для целей исследования необходимо рассмотреть содержание правосубъектности, отразить ее значение для осуществления деятельности средств массовой информации на основании реализации элементов статуса и установить порядок приобретения правосубъектности СМИ.

Правосубъектность включает в себя правоспособность и дееспособность. Под правоспособностью понимается способность иметь права и обязанности, предусмотренные законом, т.е. конкретные позитивные права и обязанности участника различных правоотношений³³. Под дееспособностью подразумевается способность своими действиями приобретать права и налагать на себя юридические обязанности³⁴. Таким образом, правосубъектность является условием приобретения лицом правового статуса.

Правовой статус - это определенная нормами права совокупность прав, обязанностей, гарантий и ответственности, закрепляемая за теми или иными субъектами права³⁵.

По мнению В. Ф. Яковлева, правосубъектность может быть шире или уже в зависимости от того, каков круг отношений, субъектом которых в соответствии с действующим правом может выступать лицо³⁶.

³³Пиголкин А.С. Теория государства и права. Г, 2003 г., С. 203.

³⁴Пиголкин А.С. Теория государства и права. Г, 2003 г., С. 204.

³⁵Пиголкин А.С. Теория государства и права. Г, 2003 г., С. 201.

Можно прийти к выводу, что наличие правосубъектности СМИ необходимо для реализации элементов административно-правового статуса средств массовой информации.

В подтверждение указанного вывода стоит привести положения ст. 17 ФЗ «О СМИ»³⁷, которые предусматривают, что права и обязанности учредителя и редакции возникают с момента регистрации средства массовой информации, а, следовательно, правоспособность и дееспособность у СМИ также приобретается с момента регистрации. При этом следует отметить, что приобретение правоспособности и дееспособности средства массовой информации осуществляется в один момент.

Порядок регистрации в данном случае представляет собой механизм приобретения правосубъектности.

Установив, что правосубъектность имеет важное значения для возможности реализации административно-правового статуса СМИ, становится ясно, что необходимо отразить порядок ее приобретения. Рассматриваемый механизм приобретения правосубъектности может быть сложно исполнимым или же беспрепятственным, что в свою очередь будет способствовать или лишать возможности осуществлять права, гарантии, исполнять обязанности и привлекать к ответственности в соответствии со статусом средств массовой информации, поэтому необходимо рассмотреть механизм приобретения правосубъектности.

В силу ст. 7 ФЗ «О СМИ»³⁸ учредителем (соучредителем) средства массовой информации может быть гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган или орган местного самоуправления. Для указанных субъектов закреплены ограничения, которые связаны с дееспособностью граждан, отбыванием ими наказания в местах лишения

³⁶ Серова О.А. Понятие и виды правоспособности юридического лица. Вестник Самарской гуманитарной академии, с. Право, № 1(7), 2010 г.- С. 21.

³⁷ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

³⁸ Там же.

свободы, осуществлением деятельности запрещенной законом, а также гражданством. Перечень является закрытым, что позволяет сделать вывод, что требования, предъявляемые к учредителю средств массовой информации, не создают каких-либо препятствий к приобретению правосубъектности СМИ.

Следующим требованием к приобретению правосубъектности является регистрация средств массовой информации в уполномоченном органе. Следует отметить, что рассматриваемое требование предъявляет не во всех случаях.

Так, в соответствии со ст. 12 ФЗ «О СМИ»³⁹ устанавливаются случаи, когда регистрация не требуется, однако целесообразным видится начать с рассмотрения общего механизма, а именно, содержащего регистрацию.

Порядок регистрации СМИ установлен Административным регламентом предоставления Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственной услуги по регистрации средств массовой информации, утвержденным Приказом Минкомсвязи России от 29.12.2011 № 362.

Регистрация осуществляется на основании поданного учредителем СМИ заявления, которое должно соответствовать требованиям, указанным в ст. 10 ФЗ «О СМИ»⁴⁰.

Заявителями при предоставлении государственной услуги могут выступать учредители СМИ и их представители. Учредителем (соучредителем) СМИ может быть: гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган, орган местного самоуправления. Орган местного самоуправления может быть учредителем (соучредителем) печатного средства массовой информации в соответствии с Федеральным

³⁹ Там же.

⁴⁰ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

законом от 6.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»⁴¹.

К заявлению также необходимо приложить документ, подтверждающий уплату государственной пошлины и документы, предусмотренные Распоряжением Правительства РФ от 06.10.2011 № 1752-р «Об утверждении перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации (перерегистрации) средства массовой информации», подтверждающие соблюдение требований ФЗ «О СМИ» (далее - Распоряжение Правительства «О перечне»)⁴².

Список документов, которые прикладываются к заявлению, различается в зависимости от учредителя и вида средства массовой информации.

Так, в случае, если учредитель физическое лицо, ему необходимо предоставить документы, удостоверяющие личность и место регистрации лица (для заявителя, являющегося гражданином Российской Федерации). Для заявителя, который является иностранцем или лицом без гражданства помимо документа, удостоверяющего личность, также нужно предоставить подтверждение права на постоянное проживание в Российской Федерации.

Если документы на регистрацию СМИ подает представитель юридического лица, то оно должно приложить к заявлению копии заверенных в установленном законом порядке учредительных документов.

Особенности, связанные с видом СМИ предусмотрены для сайта, телеканала, радиоканала, теле-, радио-, видеопрограммы.

Так, при регистрации сетевого издания (т.е. интернет-сайта) требуется подтверждение права использования доменного имени сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. А в случаях регистрации юридическим лицом телеканала, радиоканала, теле-, радио-,

⁴¹ <http://07.rk№.gov.ru/directio№s/p4080/p5815/>

⁴² Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации(перерегистрации) средства массовой информации» № 1752-р от 06.10.2011, <http://www.co№sulta№t.ru/>.

видеопрограммы необходимо предоставить список участников общества или выписку из реестра акционеров.

Также следует учесть финансовые затраты, которые могут возникнуть в процессе приобретения правосубъектности.

В результате анализа размера государственной пошлины, установленной ч.,ч. 11, 12 ст. 333.33 НК РФ⁴³ (от 3 500 до 10 000 рублей) и зависят от территории распространения продукции СМИ. При регистрации СМИ рекламного характера соответствующий размер госпошлины увеличивается в 5 раз, а эротического характера - в 10 раз (пп. 1 и 2 п. 3 ст. 333.34 НК РФ). При регистрации СМИ образовательного и культурно-просветительского назначения либо специализирующегося на выпуске продукции для детей, подростков и инвалидов соответствующий размер госпошлины снижается в 5 раз (пп. 3 п. 3 ст. 333.34 НК РФ).

Размер государственной пошлины, на наш взгляд, не является завышенным для данного вида деятельности, и, соответственно, не препятствует приобретению правосубъектности СМИ.

Перечень документов, утвержденный Распоряжением Правительства «О перечне» является закрытым, а предоставление, указанных в нем документов, не предполагает каких-либо особенностей в связи со статусом средств массовой информации, которые могли бы затруднить приобретение правосубъектности.

Далее следует рассмотреть действия уполномоченного органа.

Ст. 8 ФЗ «О СМИ»⁴⁴ закрепляет, что заявление о регистрации СМИ рассматривается уполномоченным органом в течение месяца со дня его поступления, а учредителю высылается уведомление о принятии заявления к рассмотрению. Средство массовой информации считается зарегистрированным со дня принятия регистрирующим органом решения о

⁴³Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁴⁴ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

регистрации средства массовой информации. На основании решения о регистрации средства массовой информации заявителю выдается свидетельство о регистрации средства массовой информации.

В определенных случаях возможен отказ в регистрации СМИ, перечень таких оснований является закрытым, что также способствует и гарантирует возможность приобретения правосубъектности СМИ. Так, отказ возможен по следующим основаниям:

- 1) если заявление подано от имени лиц, не обладающих правом на учреждение СМИ;
- 2) если указанные в заявлении сведения не соответствуют действительности;
- 3) если наименование (название), примерная тематика и (или) специализация СМИ представляют злоупотребление свободой массовой информации в смысле части первой статьи 4 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 «О средствах массовой информации».
- 4) если ранее зарегистрировано СМИ с теми же наименованием (названием) и формой распространения массовой информации.

На наш взгляд, порядок регистрации СМИ не образует препятствий для получения и реализации статуса СМИ, и даже устанавливает дополнительные гарантии, способствующие приобретению правосубъектности.

В соответствии со ст. 8 ФЗ «О СМИ»⁴⁵ учредитель средства массовой информации получает право приступить к производству продукции средства массовой информации в течение одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации. Можно прийти к выводу, что СМИ наделяется правосубъектностью с момента выдачи указанного свидетельства. В случае пропуска этого срока свидетельство о регистрации средства массовой

⁴⁵ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

информации признается недействительным, а, следовательно, утрачивается и правосубъектность.

Рассмотрев первый способ приобретения правосубъектности СМИ, следует проанализировать еще один случай, когда регистрация не требуется.

Так, ст. 12 ФЗ «О СМИ»⁴⁶ закрепляет, что регистрация средства массовой информации не требуется:

- 1) средств массовой информации, учреждаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления исключительно для издания их официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов;
- 2) периодических печатных изданий тиражом менее одной тысячи экземпляров;
- 3) радио- и телепрограмм, распространяемых по кабельным сетям, ограниченном помещением и территорией одного государственного учреждения, одной образовательной организации или одного промышленного предприятия либо имеющих не более десяти абонентов;
- 4) аудио- и видеопрограмм, распространяемых в записи тиражом не более десяти экземпляров.

На основании вышеуказанного, можно сделать вывод, что моментом приобретения правосубъектности в рассматриваемых случаях является момент принятия учредителем решения об учреждении СМИ.

Видится, что безрегистрационный порядок учреждения средства массовой информации связан с основным принципом в данной сфере – свободой массовой информацией.

Однако, возникают вопросы о контроле за деятельностью таких средств массовой информации. В случаях злоупотребления свободой массовой информации, например, путем издания тысячи печатных

⁴⁶ Там же.

материалов, в которых будут указаны несоответствующие действительности и порочащие честь и достоинство граждан или деловую репутацию юридических лиц сведения, привлечение к ответственности виновников может оказаться затруднительным. А в зависимости от местности тысяча экземпляров может сыграть большую роль и значительным образом нарушить чужие права.

Законодательством РФ не предусмотрена обязательная письменная форма для оформления решения учредителя о создании СМИ в безрегистрационном порядке. Так, в конкретных ситуациях такого документа может не быть, однако данное обстоятельство не свидетельствует об отсутствии правосубъектности. Поэтому, в данном случае момент прекращения правосубъектности средства массовой информации сложно определять.

Анализируя соотношение принципа свободы массовой информации и установленную законодательством о средствах массовой информации процедуру регистрации СМИ, можно прийти к выводу, что законодатель, таким образом создает условия для осуществления контроля за деятельностью средств массовой информации, так как регистрация позволяет определять количество средств массовой информации, применять к ним меры ответственности в случае нарушения законодательства, в том числе и инициировать их ликвидацию. Данный подход, видится целесообразным, так как в первой главе исследования было установлено, что СМИ, действуя посредством использования мифов, могут оказывать влияние на общество, которое может повлечь за собой негативные последствия для государства.

Кроме приобретения правосубъектности СМИ, следует рассмотреть порядок ее прекращения. И если в первом случае она осуществляется добровольно, то утрата статуса СМИ может происходить и в принудительном, и в добровольном порядке.

В силу ст. 16 ФЗ «О СМИ» правосубъектность средства массовой информации прекращается в случаях вынесения судебного решения о прекращении деятельности СМИ судом в порядке административного судопроизводства по иску регистрирующего органа или принятием учредителем решения прекратить деятельность (ст. 16 ФЗ «О СМИ»).

Кроме того, некоторые авторы полагают, что в правосубъективность СМИ прекращается в связи с признанием свидетельства о регистрации недействительным (ст. 15 ФЗ «О СМИ»).

Однако, по аналогии с положениями о недействительных сделках, установленные ст. 167 ГК РФ, можно сделать вывод, что недействительная регистрация СМИ не влечет за собой юридических последствий, за исключением тех, которые связаны с ее недействительностью, и недействительна с момента ее совершения, а соответственно, правовой статус не возникал и не может быть утрачен.

Также необходимо отметить, что законом не урегулирован момент и порядок прекращения правосубъектности средства массовой информации при учреждении СМИ в безрегистрационном порядке.

Подводя итог данному параграфу, необходимо отметить, что наличие правосубъектности СМИ необходимо для реализации элементов административно-правового статуса средств массовой информации. В связи с тем, что содержанием правосубъектности являются дееспособность и правоспособность, приобретение и прекращение которых для СМИ осуществляется в один момент – регистрации и ликвидации, соответственно.

Механизм приобретения правосубъектности, в свою очередь, устанавливает процедуры, осуществление которых может в дальнейшем повлиять на реализацию правового статуса. Указанный механизм, на наш взгляд, не образует препятствий для получения и реализации статуса СМИ, и даже устанавливает дополнительные гарантии, способствующие приобретению правосубъектности, например, закрытый перечень для отказа

в государственной регистрации, небольшой размер государственной пошлины, закрытый перечень документов для регистрации, наличие сроков для рассмотрения заявления, а также ответственность государственных органов за несоблюдение данных сроков. Однако, законодательством предусмотрен специальный порядок приобретения правосубъектности в виде безрегистрационного порядка, где моментом приобретения правосубъектности является момент принятия учредителем решения об учреждении СМИ.

Прекращение правосубъектности возможно в случаях вынесения судебного решения о прекращении деятельности СМИ судом или принятием учредителем решения прекратить деятельность. Однако, законом не урегулирован порядок прекращения правосубъектности средства массовой информации при учреждении СМИ в безрегистрационном порядке, что является существенным пробелом в этой сфере. Такое основание прекращения правосубъектности как признание свидетельства о регистрации недействительным, которое выделяется некоторыми авторами, на наш взгляд, является несостоятельным, поскольку по аналогии с положениями о недействительных сделках, недействительная регистрация СМИ не влечет за собой юридических последствий, и, соответственно, правовой статус не возникал и не может быть утрачен.

Анализ порядка приобретения и прекращения правосубъектности СМИ позволяет нам рассмотреть элементы и комплексно исследовать структур административно-правового статуса данного субъекта.

2.2 Элементы административно-правового статуса СМИ

Государственное регулирование деятельности субъектов осуществляется путем законодательного установления для них административно-правового статуса, что обуславливает взаимосвязь

государства и субъекта, в том числе и средствами массовой информации. Административно-правовой статус СМИ определяет возможность осуществления деятельности путем реализации прав и гарантий, а также исполнения обязанностей и ограничение ее посредством привлечения субъектов к ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации.

Административно-правовой статус средств массовой информации предоставляет возможность реализовывать учредителю, редакции, главному редактору, журналисту, издателю и распространителю соответствующие элементы статуса, в связи с чем необходимо в рамках данного параграфа последовательно раскрыть элементы статуса СМИ: права, гарантии, обязанности и ответственности.

Поскольку СМИ представляет собой определенную структуру, то, соответственно, анализ элементов административно-правового статуса возможно посредством рассмотрения статуса каждого структурного элемента.

1. Права средств массовой информации.

Правами наделены несколько субъектов, так как структуру организации деятельности СМИ составляют учредитель, редакция, главный редактор, журналист, издатель и распространитель. Следует отметить, что эти субъекты могут совмещать в себе одновременно несколько статусов.

На основании ст. 1 ФЗ «О СМИ»⁴⁷ не подлежат ограничению, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации случаях, следующие права:

- 1) поиска, получения, производства и распространения массовой информации;
- 2) учреждения средств массовой информации, владения, пользования и распоряжения ими;

⁴⁷ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

3) изготовления, приобретения, хранения и эксплуатации технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации.

В связи с тем, что перечисленные права не подлежат ограничению, то они распространяются на учредителя, редакцию, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя.

Кроме основных общих прав рассматриваемые субъекты имеют специальные права, связанные с их конкретным статусом.

Так, учредитель в соответствии с ст. 18 ФЗ «О СМИ»⁴⁸ утверждает устав редакции и (или) заключает договор с редакцией средства массовой информации. Помимо основного права, которое заключается в том, что учредитель вправе обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени (ст. 18 ФЗ «О СМИ»⁴⁹), данный субъект может осуществлять и другие права, принадлежащие, например, редакции или издателю, в случае приобретения соответствующего статуса.

Следующее право учредителя – передача своих прав и обязанностей третьему лицу с согласия редакции и соучредителей. Дополнительные права учредителя также могут быть установлены Уставом или договором между учредителем и редакцией (главным редактором) (ст. 17 ФЗ «О СМИ»⁵⁰). Данная норма расширяет такой элемент статуса как права.

Необходимо также учитывать, что права учредителя в области деятельности средств массовой информации ограничены. Так, в ст. 18 ФЗ «СМИ»⁵¹ закреплено, что учредитель не вправе вмешиваться в деятельность средства массовой информации.

Далее следует рассмотреть, права редакции. В соответствии со ст. 19 ФЗ «О СМИ»⁵² редакция может быть юридическим лицом, самостоятельным

⁴⁸ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁴⁹ Там же.

⁵⁰ Там же.

⁵¹ Там же.

⁵² Там же.

хозяйствующим субъектом, организованным в любой допускаемой законом форме. Она также может выступать в качестве учредителя средства массовой информации, издателя, распространителя, собственника имущества редакции, следовательно, помимо прав, предусмотренных статусом редакции, она может реализовывать и права вышеуказанных субъектов, в случае приобретения соответствующего статуса.

В ст. 39 ФЗ «О СМИ» закреплено еще одно право редакции - запрашивать информацию о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. При этом установлена корреспондирующая данному праву обязанность руководителей указанных органов, организаций и объединений, их заместителей, работников пресс-служб либо других уполномоченных лиц в пределах их компетенции предоставлять запрашиваемую информацию.

В ст. 53 ФЗ «О СМИ»⁵³ указано, что редакции вправе участвовать в международном сотрудничестве в области массовой информации на основе соглашений с гражданами и юридическими лицами других государств, а также международными организациями.

Следующим правом редакции можно отметить право на распространение рекламы, которое закреплено ст. 36 ФЗ «О СМИ»⁵⁴ и осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Права редакции тесно связаны со статусом главного редактора. Так, на основании ст. 19 ФЗ «О СМИ»⁵⁵ главный редактор руководит редакцией, осуществляет свои полномочия на основе настоящего Закона, устава редакции, договора между учредителем и редакцией. Можно сделать вывод,

⁵³ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁵⁴Там же

⁵⁵Там же

что главный редактор обладает правами, необходимыми для реализации статуса редакции. В силу ст. 28 ФЗ «О СМИ»⁵⁶ можно выделить еще одно право главного редактора - на определение тиража периодического печатного издания, аудио-, видео-, кинохроникальной программы, однако необходимо отметить, что для реализации данного права главный редактор должен согласовать тираж с издателем.

Одним из важных субъектов в структуре организации деятельности СМИ также является издатель. Ст. 21 ФЗ «О СМИ»⁵⁷ регулирует, что издатель осуществляет свои права на основе данного Закона, Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»⁵⁸, законодательства об издательском деле, предприятиях и предпринимательской деятельности.

Правовой статус СМИ наделяет издателя правом выступать в качестве учредителя средства массовой информации, редакции, распространителя, собственника имущества редакции.

Права издателя могут быть дополнены в договорном порядке (ст. 22 ФЗ «О СМИ»⁵⁹). Договором между редакцией и издателем определяются производственные, имущественные и финансовые отношения между ними, взаимное распределение издательских прав, обязательства издателя по материально-техническому обеспечению производства продукции средства массовой информации и ответственность сторон.

В отношении же прав такого субъекта, как распространитель СМИ ясно, что помимо общих прав законодательство в сфере средств массовой информации не конкретизирует дополнительные, однако можно сделать

⁵⁶ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.co.NesultaNet.ru/>.

⁵⁷Там же.

⁵⁸ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» № 7-ФЗ от 13.01.1995, (ред. от 12.03.2014), <http://www.co.NesultaNet.ru/>.

⁵⁹"Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 "О средствах массовой информации" (постатейный) (Тимошенко В.А., Смушкин А.Б.) – С. 87.

вывод, что они могут быть установлены в договорном порядке, а именно, путем заключения соглашений с редакцией.

Рассматривая права журналиста, нужно отметить, что важным моментом является то, что статус журналиста может распространяться как на штатных сотрудников редакций, так и на авторов, не связанных трудовыми или иными договорными отношениями с редакцией, но признаваемых ею своими внештатными авторами или корреспондентами, при выполнении ими поручений редакции. Основные права журналистов закрепляются ст. 47 ФЗ «О СМИ»⁶⁰.

Наиболее специфическим правом журналиста, связанным со сбором информации, является право, закрепленное ст. 56 ФЗ «О СМИ»⁶¹, на ведение и распространение скрытой записи. При этом необходимо учитывать, что распространение такой записи возможно лишь в случае, если: 1) это не нарушает конституционных прав и свобод человека и гражданина; 2) это необходимо для защиты общественных интересов и приняты меры против возможной идентификации посторонних лиц; 3) демонстрация записи производится по решению суда.

В результате анализа прав журналиста, ясно, что конкретизация прав и их специфичность связана с тем, что данный субъект наиболее близок к сбору информации и должен обладать соответствующими правами, которые могут позволить беспрепятственно осуществить сбор и распространение СМИ.

2. Гарантии средств массовой информации.

Данный элемент административно-правового статуса СМИ относится ко всем субъектам структуры СМИ, так как гарантирует осуществление деятельности средств массовой информации в целом.

⁶⁰ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁶¹Там же.

Первой гарантией деятельности СМИ, их свободы и профессиональной самостоятельности является установление недопустимости цензуры, а также установление механизмов по борьбе с ней, в случае образования такой.

В ст. 3 ФЗ «О СМИ»⁶² требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, - не допускается. Также не допускается создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации.

Следующей гарантией деятельности средств массовой информации является установление ст. 58 ФЗ «О СМИ»⁶³ ответственности за ущемление свободы массовой информации, а именно, уголовной, административной, дисциплинарной или иной ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Ст. 61 ФЗ «О СМИ»⁶⁴ предусмотрена еще одна гарантия – возможность обжалования в соответствии с гражданско-процессуальным законодательством или законодательством об административном судопроизводстве: неправомерных действий регистрирующего органа; аннулирования лицензии на вещание; отказа и отсрочки в предоставлении запрашиваемой информации; отказа в аккредитации, лишения аккредитации, а равно нарушения прав аккредитованного журналиста.

На основании вышеуказанного, можно прийти к выводу, что установлены основные гарантии СМИ, которые дают возможность данным

⁶²ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁶³ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁶⁴Догадин А.О К вопросу об административной ответственности за нарушения избирательного законодательства. "Административное право и процесс", 2014, № 6. -С. 23

субъектам профессионально, самостоятельно и свободно осуществлять деятельность.

3. Обязанности средств массовой информации.

В данном случае законодатель устанавливает обязанности СМИ в зависимости от их вида. ФЗ «О СМИ»⁶⁵ предусматривает специальные и общие обязанности средств массовой информации.

Общими являются:

- 1) обязанность публикации бесплатно и в предписанный срок обязательных сообщений (например, вступивших в законную силу решений суда);
- 2) обязанность оперативного предоставления гражданам информации через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц, в связи с чем, можно сделать вывод, что СМИ обязаны оперативно предоставить гражданам указанную информацию (ст. 38 ФЗ «О СМИ»);
- 3) обязанность СМИ на опровержение не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном СМИ (ст. 43 ФЗ «О СМИ»);
- 4) обеспечение конфиденциальности информации, т.е. необходимо сохранять в тайне источник информации (ст. 41 ФЗ «О СМИ»);
- 5) соблюдение права на используемые произведения, включая авторские права, издательские права, иные права на интеллектуальную собственность (42 ФЗ «О СМИ»).

⁶⁵ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Специальными являются:

- 1) в отношении периодического печатного издания, телеканала и радиоканала, каждой копии радио-, теле-, видео- или кинохроникальной программы должны быть соблюдены обязательные требования ст. 27 ФЗ «О СМИ», которые относятся к выпуску средства массовой информации. Также указывается, что зарегистрированное средство массовой информации обязано указывать в выходных данных зарегистрировавший его орган и регистрационный номер (ст. 27 ФЗ «О СМИ»);
- 2) вещатель телеканала или радиоканала обязан получить лицензию на вещание в соответствии с законодательством РФ о лицензировании отдельных видов деятельности с учетом особенностей, установленных ФЗ «О СМИ» (ст. 31 ФЗ «О СМИ»);
- 3) вещатель общероссийского обязательного общедоступного телеканала или радиоканала обязан обеспечить его распространение на территории проживания населения Российской Федерации. Необходимо отметить, что расходы на исполнения данной обязанности на территориях малочисленных населенных пунктов, осуществляется за счет средств федерального бюджета в порядке, установленном Правительством Российской Федерации (ст. 32.1 ФЗ «О СМИ»);
- 4) редакция радио-, телепрограммы обязана сохранять материалы собственных передач, вышедших в эфир в записи сроком не менее одного месяца со дня выхода в эфир и фиксировать передачи, вышедшие в эфир в регистрационном журнале, который должен храниться не менее одного года с даты последней записи в нем (ст. 34 ФЗ «О СМИ»).

Следует также отметить, что законодатель особенным образом выделяет статус журналиста, поэтому аналогично правам в ст. 49 ФЗ «О СМИ» отдельно вынесены и обязанности данного субъекта.

Можно прийти к выводу, что обязанности средств массовой информации дифференцируются в зависимости от конкретного вида СМИ, так дополнительные обязанности устанавливаются для телеканалов и радиоканалов, а одни и те же обязанности могут отличаться в деталях, например, в требованиях к сведениям, которые должны быть указаны в результате выпуска средства массовой информации. В отношении обязанностей журналиста, видно, что выделение их конкретным отдельным списком связано с предоставлением данному субъекту широкого круга прав, реализация которых не должна затрагивать или нарушать права других лиц.

4. Ответственность средств массовой информации.

Виды ответственности конкретизируются ст. 59 ФЗ «О СМИ»⁶⁶. Так, выделяется административная, дисциплинарная, гражданская и иная ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Основными статьями, предусматривающими административную ответственность СМИ, являются:

- 1) ст. 13.14 КоАП РФ⁶⁷-разглашение информации с ограниченным доступом;
- 2) ст. 13.15 КоАП РФ⁶⁸ – злоупотребление свободой массовой информации;
- 3) ст. 13.17 КоАП РФ - нарушение правил распространения обязательных сообщений
- 4) ст. 13.21 КоАП РФ - нарушение порядка изготовления или распространения продукции средства массовой информации;

⁶⁶ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁶⁷Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁶⁸Там же.

- 5) ст. 20.29 КоАП РФ⁶⁹ - производство и распространение экстремистских материалов.

Санкции статей 13.15, 13.17, 13.21, 20.29 КоАП РФ могут быть наложены на главного редактора, редакцию, издателя, журналиста и распространителя. Статья 13.14 КоАП РФ не предусматривает возможность наказания юридического лица, поэтому в данном случае к ответственности могут быть привлечены главный редактор и журналист.

В отношении дисциплинарных проступков к ответственности в соответствии со ст. 192 ТК РФ⁷⁰ может быть привлечен журналист или главный редактор.

Гражданская ответственность связана с возмещением убытков, морального вреда и ущерба деловой репутации, наступление которой является следствием, например, опубликования сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций (ст., ст. 151, 152 ГК РФ⁷¹).

Необходимо также отметить иную ответственность, которая упоминается в ст.59 ФЗ «О СМИ».

В соответствии с ст. 31.7 ФЗ «О СМИ»⁷² мерами ответственности, которые могут быть применены к радиоканалу или телеканалу являются приостановление или прекращение действия лицензии на вещание.

Так, лицензирующий орган приостанавливает действие лицензии на срок не более трех месяцев в случае невыполнения лицензиатом в установленный срок предписания лицензирующего органа об устранении выявленного нарушения или при выявлении лицензирующим органом грубого нарушения лицензионных требований.

⁶⁹Там же.

⁷⁰Трудовой Кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁷¹Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 30.12.2015).

⁷²ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

В случае, если в течение срока приостановления действия лицензии лицензиат не устранил нарушение, лицензирующий орган обращается с заявлением об аннулировании лицензии в суд, который выносит решение о прекращении действия лицензии на вещание.

Видно, что законодательство РФ предусматривает различные меры ответственности, которые могут быть применены к средствам массовой информации в целях обеспечения законности, защиты нарушенных и оспариваемых прав граждан и организаций, также предусмотрена возможность освобождения СМИ от ответственности, в установленных законом случаях.

Таким образом, рассмотрен административно-правовой статус средств массовой информации посредством изучения прав, гарантий, обязанностей и ответственности, которые могут относиться как ко всем структурным элементам средств массовой информации, так и меняться в зависимости от вида СМИ и субъекта структуры организации деятельности рассматриваемых субъектов. Следует отметить, что законодатель особенным образом отмечает права и обязанности журналистов, так как он наиболее близок к сбору информации и должен обладать соответствующими правами и выполнять определенные обязанности, чтобы не нарушить своими действиями права граждан.

Подводя итог настоящей главе, следует отметить, что наличие правосубъектности СМИ необходимо для реализации элементов административно-правового статуса средств массовой информации. В связи с тем, что содержанием правосубъектности являются дееспособность и правоспособность, приобретение и прекращение которых для СМИ осуществляется в один момент, по общему правилу, - регистрации и ликвидации СМИ, соответственно. Порядок получения статуса СМИ не осложнен дополнительными требованиями, в связи чем отсутствуют

препятствия для приобретения правосубъектности и реализации элементов административно-правового статуса.

Поскольку СМИ представляет собой определенную структуру, то, соответственно, анализ элементов административно-правового статуса возможно посредством рассмотрения статуса каждого структурного элемента. Анализируя элементы административно-правового статуса СМИ установлено, что таким элементом как права могут наделяться несколько субъектов, так как в структуре организации деятельности СМИ участвуют учредитель, редакция, главный редактор, журналист, издатель и распространитель.

Следует отметить, что законодатель особенным образом отмечает права журналистов, так как он наиболее близок к сбору информации и должен обладать соответствующими правами и выполнять определенные обязанности, чтобы не нарушить своими действиями права граждан.

Гарантии как элемент статуса играют особую роль в деятельности такого особо субъекта как СМИ. Законом выделено несколько гарантий, а именно: свобода средств массовой информации, недопустимость цензуры, наличие ответственности за нарушение прав СМИ, возможность обжалования в суд незаконных действий других лиц. В результате анализа понятно, что гарантии дают возможность СМИ профессионально, самостоятельно и свободно осуществлять деятельность.

На основании анализа обязанностей средств массовой информации можно сделать вывод, что они дифференцируются в зависимости от конкретного вида СМИ, однако существуют и общие обязанности.

Рассматривая следующий элемент статуса – ответственность, мы пришли к выводу, что законодательство РФ предусматривает различные меры ответственности, которые могут быть применены к средствам массовой информации в целях обеспечения законности, а также защиты нарушенных и

оспариваемых прав граждан и организаций, также существует возможность освобождения СМИ от ответственности, в установленных законом случаях.

Таким образом, нами были раскрыты значение и механизм приобретения и прекращения правосубъектности, а также рассмотрены элементы административно-правового статус средств массовой информации посредством изучения прав, гарантий, обязанностей и ответственности. Для завершения комплексного исследования данной темы нам необходимо понимать, каким образом осуществляется реализация элементов статуса СМИ.

Глава 3. Реализация административно-правового статуса средств массовой информации

3.1 Реализация основных прав и гарантий средств массовой информации

Исследования административно-правового статуса средств массовой информации невозможно без рассмотрения реализации элементов статуса субъекта, в том числе основных прав и гарантий СМИ, поскольку это позволит сформировать вывод о фактическом осуществлении деятельности СМИ.

Целесообразным видится начать с изучения возможности реализации основных прав средств массовой информации.

Таковыми правами, которые будут анализироваться с точки зрения реализации являются общие права, выделенные на основании классификации указанной в параграфе 2.2, так как они распространяются на всех субъектов деятельности СМИ и являются базовыми:

- 1) право поиска и получения массовой информации;
- 2) право производства и распространения массовой информации;
- 3) право учреждения средств массовой информации, владения, пользования и распоряжения ими;
- 4) право изготовления, приобретения, хранения и эксплуатации технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации.

Рассмотрим их реализацию последовательно.

1. Право поиска и получения массовой информации.

При анализе данного права необходимо учитывать, что в силу ст. 2 ФЗ «О СМИ»⁷³ под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы.

Соответственно, субъекты деятельности СМИ наделяются правами на поиск и получение предназначенных для неограниченного круга лиц печатных, аудио-, аудиовизуальных и иных сообщений и материалов.

Поиск соответствующей массовой информации представляет собой свободу в процессе выявления и отбора по определенным формальным и содержательным признакам информацию, предназначенную для неопределенного круга лиц, из информационных потоков. Реализация данного права зависит от самого субъекта, его конкретных действий и навыков по осуществлению.

Право на получение массовой информации имеет определенные отличия. Нельзя сказать, что получение печатных, аудио-, аудиовизуальных и иных сообщений и материалов осуществляется субъектом в любом случае. Так, оно может зависеть от наличия материалов в продаже, т.е. от их распространения. Следует понимать и то, что приобретение экземпляров сообщений и материалов может перейти в собственность покупателя как материальный объект – экземпляр, например, диск или журнал, но не интеллектуальные права, отражающие содержание рассматриваемых объектов.

Оценка эффективности реализации права возможна при рассмотрении их ограничений в законодательстве. В исключительных случаях, данные права могут быть ограничены.

Во-первых, общим правилом служит то, что доступность на поиск и получение информации определяется обладателем соответствующей информации. В ст. 6 ФЗ «О СМИ» регламентирует статус обладателя

⁷³ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

информации, который вправе «разрешать или ограничивать доступ к информации». Соответственно, лицо свободно в поиске и получении информации постольку, поскольку другое лицо, в распоряжении которого информация находится, согласится соответствующую информацию передать⁷⁴. Примечательно, что обладателями информации являются не только физические и юридические лица, а также и Российская Федерация, субъекты РФ и муниципальные образования, их органы и структурные подразделения, которые также вправе ограничить доступ к определенной информации.

Однако, законом установлены категории информации, доступ к которой не может быть ограничен, перечисляются в ч. 4 ст. 8 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и защите информации». Перечень в Федеральном законе не является закрытым, однако он закрыт в конкретный момент времени положениями российского законодательства, поскольку последний пункт в перечне содержит отсылку: «Не может быть ограничен доступ к иной информации, недопустимость ограничения доступа к которой установлена федеральными законами». Например, ст. 8 Федерального конституционного закон от 30.01.2002 № 1-ФКЗ «О военном положении», предусматривает в период действия военного положения временные ограничения на поиск, получение информации.

Во-вторых, можно ограничить доступ к поиску и получению информации, которая отнесена к охраняемой законом тайне (государственной, коммерческой и др.).

Соответственно, наличие установленных законом ограничений для поиска и получения определенной информации обусловлена непосредственно защитой прав обладателей информации и ее спецификой. Однако, наличие у государственных и муниципальных органов статуса

⁷⁴ Агеев А.С. Свобода информации и презумпция открытости информации: их соотношение и воплощение в нормах российского конституционного права. Конституционное и муниципальное право, 2015, № 6. - С. 23-26.

обладателя информации и права на ограничение допуска к ней (не закрепленное в законе) может способствовать злоупотреблению и неполучению гражданами определенного рода информации.

2. Права производства и распространения массовой информации.

В ст. 2 ФЗ «О СМИ» определено, что распространение информации - это действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц. Однако законодателем не определено понятие «производство информации», что на наш взгляд, является существенным недостатком юридической техники.

В абзаце 1 ст. 25 ФЗ «О СМИ» закреплено, что воспрепятствование осуществляемому на законном основании распространению продукции средств массовой информации со стороны граждан, объединений граждан, должностных лиц, предприятий, учреждений, организаций, государственных органов - не допускается.

Следовательно, ограничения предусматриваются для распространения СМИ с нарушением законодательства РФ. Наиболее важные ограничения реализации прав на производство и воспроизведение массовой информации указаны в абзацах 5 и 6 статьи 25 ФЗ «О СМИ»⁷⁵.

Так закреплено, что распространение массовой информации, произведенной с нарушением прав авторов, а также в иных случаях, нарушения законодательства РФ может быть прекращено по решению суда.

Следует учитывать, что распространение массовой информации может быть прекращено и до вынесения судебного решения, если подано исковое заявление о прекращении распространения материалов и сообщений с нарушением требований ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»⁷⁶ с обеспечением иска.

⁷⁵ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁷⁶ ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ (ред. от 29.06.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Помимо явных нарушений законодательства необходимо также учитывать требования, соблюдение которых обязательно.

В силу ст. 26 ФЗ «О СМИ»⁷⁷ распространение продукции средства массовой информации допускается только после того, как главным редактором дано разрешение на выход в свет, а каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать определенные сведения, указанные в ст. 27 данного закона.

Также следует учитывать и иные требования, которые предъявляются к средствам массовой информации, выпускающим эротическую продукцию. Статья 37 ФЗ «О СМИ»⁷⁸ предусматривает, что распространение выпусков, специализированных радио- и телепрограмм эротического характера без кодирования сигнала допускается только с 23 часов до 4 часов по местному времени, если иное не установлено местной администрацией. А розничная продажа продукции средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах эротического характера, допускается только в запечатанных прозрачных упаковках и в специально предназначенных для этого помещениях, расположение которых определяется местной администрацией.

Можно прийти к выводу, что в отношении права производства массовой информации практически не закреплено ограничений, в то время, как в отношении права на распространения их довольно много. Учитывая характер ограничений, понятно, что они направлены на соблюдение средствами массовой информации требований законодательства РФ. Однако, видится, что предусмотренные ограничения не всегда могут повлиять на прекращение производства и распространения СМИ. Так, если средство массовой информации не зарегистрировано, его деятельность сложнее отследить и тем более прекратить, так как функционирование таких СМИ не

⁷⁷ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁷⁸ Там же.

регламентировано, а требования к их организации деятельности являются неконкретными.

3. Права учреждения средств массовой информации, владения, пользования и распоряжения ими.

Реализация прав данной группы тесно связана с механизмом приобретения правосубъектности СМИ, так как учреждение СМИ тождественно моменту приобретения правосубъектности. Поэтому, на основании ранее исследованного механизма приобретения правосубъектности СМИ можно сделать вывод, что право на учреждение средства массовой информации не содержит препятствий и является легко реализуемым.

Однако, видятся минусы в излишнем упрощении учреждения СМИ в безрегистрационном порядке. Так, неясными остаются вопросы о том, как будет подтверждаться учреждение СМИ без регистрации и достаточным ли будет, например, наличие фактической деятельности СМИ, а также каким образом подтверждать право владения средством массовой информации в случае утери учредительных документов.

Реализация же прав владения, пользования и распоряжения напрямую зависит от возможности учреждения СМИ, так как чтобы владеть, пользоваться или распоряжаться чем-либо, необходимо наличие объекта, т.е. средства массовой информации.

Под владением понимается реальное обладание объектом, его реальное наличие у собственника. Пользование представляет собой извлечение из объекта полезных свойств. Правомочие распоряжения - это право на определение юридической судьбы вещи, ее реализацию, то есть возможность совершать действия, направленные на прекращение права собственности. Таким образом, собственник средства массовой информации реально обладает им, может извлекать из него полезные свойства (коммерческие

каналы, плата за рекламу, продажа печатных изданий и т.д.), а также может распорядиться им любым способом - продать, подарить, завещать и т.д.⁷⁹.

4. Права изготовления, приобретения, хранения и эксплуатации технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации.

Наличие запрета на свободу реализации данного права повлекло за собой стать ограничение свободы СМИ, поскольку государственные органы смогли бы определять достойные и недостойные приобретения данного оборудования издания⁸⁰.

Положения статьи, закрепляющей указанное право, развиваются в ряде других норм (ч. 1 ст. 10, ч. 5 ст. 18, ч. 4 ст. 19 ФЗ «О СМИ»). Кроме этого, следует отметить, что правовые отношения между учредителем, редакцией и издателем по поводу права собственности складываются на основе как Закона о СМИ, так и Гражданского кодекса РФ.

Далее, рассмотрим реализацию следующего элемента административно-правового статуса – гарантий.

Первая гарантия деятельности СМИ - установление недопустимости цензуры, а также наличие механизмов по борьбе с ней, в случае образования такой (ст. 58 ФЗ «О СМИ»⁸¹).

Механизм борьбы с цензурой заключается в том, что обнаружение органов, организаций, учреждений или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации, - влечет немедленное прекращение их финансирования и ликвидацию в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

⁷⁹ "Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 "О средствах массовой информации" (постатейный) (Тимошенко В.А., Смушкин А.Б.). – С. 223.

⁸⁰ "Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 "О средствах массовой информации" (постатейный) Тимошенко В.А., Смушкин А.Б., 2012 -С. 98.

⁸¹ ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Так, в силу ч. 1 ст. 4 АПК РФ⁸² и ч. 1 ст. 3 ГПК РФ⁸³ заинтересованное лицо вправе обратиться в арбитражный суд за защитой своих нарушенных или оспариваемых прав и законных интересов.

Порядок реализации рассматриваемой гарантии дополняет судебная практика.

В отношении требований законодательства о цензуре в Постановлении Пленума Верховного суда РФ «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»⁸⁴ отражено, что положения ФЗ «О СМИ», в которых указывается на государственные органы, в том числе ст. 58, необходимо понимать, как относящиеся не только к органам государственной власти и иным государственным органам, но и к органам местного самоуправления.

Также в Постановление ЕСПЧ от 21.10.2010 «Дело «Салиев (Saliyev) против Российской Федерации», отражено, что дело было инициировано жалобой, где заявитель утверждал, что изъятие из продажи части тиража номера газеты «Вечерний Магадан», в котором была опубликована написанная им статья, нарушило его права путем цензуры и ограничения права на свободу выражения. ЕСПЧ постановил, что имело место нарушение свободы выражения, путем ограничения подразделениями Роспечать свободы выражения и создания цензуры.

Однако следует отметить, что ограничение свободы средств массовой информации допускается, но только в условиях чрезвычайного и военного положения (пункт «б» статьи 12 Федерального конституционного закона от 30.05.2001 № 3-ФКЗ, подпункт 14 пункта 2 статьи 7 Федерального конституционного закона от 30.01.2002 № 1-ФКЗ).

⁸² Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 № 95-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁸³ Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 30.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁸⁴ Постановление Пленума Верховного суда РФ «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012), <http://www.consultant.ru/>.

Следующей гарантией деятельности СМИ является привлечение к уголовной, административной и дисциплинарной ответственности за ущемление свободы массовой информации.

Рассматривая уголовную ответственность, можно выделить одну статью в рамках реализации данной гарантии – ст. 144 УК РФ⁸⁵ «воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов».

Санкции данной статьи закрепляют такие наказания как штраф в размере до 300 000 рублей, обязательные работы на срок до четырехсот восьмидесяти часов, исправительные работами на срок до двух лет, принудительные работы на срок до пяти лет и лишение свободы на срок до шести лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

Потерпевшим от этого преступления может быть журналист, выполняющий свой профессиональный долг. Под профессиональной деятельностью журналистов понимаются редактирование, создание, сбор или подготовка сообщений и материалов для редакции зарегистрированного СМИ на основе трудовых или иных договорных отношений журналиста с редакцией зарегистрированного СМИ либо по ее уполномочию.⁸⁶

На основании анализа судебной практики видно, что виновных привлекают к ответственности, предусмотренной ст. 144 УК РФ (Приговор Сургутского городского суда от 27.05.2014 года по делу № 1-585/2014 и Приговор Кочубеевского районного суда от 02.11.2015 года по делу № 1-239/2015).

⁸⁵ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 30.12.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁸⁶ "Уголовное право России. Части Общая и Особенная: Учебник" (2-е издание, переработанное и дополненное) (под ред. А.В. Бриллиантова) ("Проспект", 2015). – С.376

Административная ответственность в рамках реализации рассматриваемой гарантии устанавливается ст. 5.25 КоАП РФ⁸⁷ «непредоставление сведений об итогах голосования или о результатах выборов», ст. 13.16 КоАП РФ⁸⁸ «воспрепятствование распространению продукции средства массовой информации» и ст. 13.18 КоАП РФ⁸⁹ «воспрепятствование уверенному приему радио- и телепрограмм и работе сайтов в сети «Интернет»».

Данные статьи предусматривают наказания в виде штрафа для граждан от трехсот рублей до пяти тысяч рублей, для должностных лиц от пятисот рублей до двух тысяч рублей и на юридических лиц от пяти тысяч рублей до двадцати тысяч рублей.

Учитывая характер санкций, предусмотренных в рамках административной ответственности, ясно, что административное наказание, скорее всего, будет неэффективным рычагом защиты прав СМИ, так как размер штрафов довольно мал.

Тем не менее, практика привлечения к данному виду ответственности по рассматриваемым статьям имеется (Постановление Судебного участка №86 Спасского района от 28.09.2015 года по делу № 5-1012/2015, Решение Кировского районного суда г. Уфы от 08.09.2015 года по делу № 12-722/2015 и Апелляционное Постановление Омского областного суда от 08.12.2015 года по делу № 22-3876/2015).

В отношении же дисциплинарной ответственности санкции предусматриваются ст. 192 Трудового Кодекса РФ⁹⁰.

⁸⁷Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 30.12.2015, с изм. от 17.02.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁸⁸Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 30.12.2015, с изм. от 17.02.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁸⁹ Там же.

⁹⁰ Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Основными наказаниями за дисциплинарные проступки устанавливаются замечание, выговор и увольнение по соответствующим основаниям. Необходимо также отметить, что внутренними положениями о дисциплине для отдельных категорий работников СМИ могут быть установлены и другие виды дисциплинарной ответственности. Обязательным требованием при наложении дисциплинарного взыскания является его соотношение с тяжестью совершенного проступка и обстоятельств, при которых он был совершен. Необходимо учитывать, что данный вид ответственности может распространяться только на штатных работников редакции.

Реализация данного вида ответственности полностью зависит от субъекта организации деятельности СМИ – редакции.

На основании проведенного анализа, видно, что гарантия о наложении ответственности реализуется во всех трех видах: уголовная, административная и дисциплинарная. Законодательство о СМИ формирует рассматриваемую гарантию, конкретизируя три вида ответственности, которые были рассмотрены выше. Однако, также указывается, что существует и иная ответственность, к которой можно отнести гражданско-правовую.

Таким образом, подводя итог настоящему параграфу, следует отметить, что в Российской Федерации предусмотрены общие права СМИ на свободный поиск, получение, распространение массовой информации, учреждение, владение и пользование СМИ, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технического устройства и оборудования, сырья и материалы, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации, а также право на защиту нарушенных прав СМИ. Указанные права позволяют реализовывать главный принцип - свободу средств массовой информации. Но, в законодательстве предусмотрены и ограничения, обусловленные наличием государственной

или иной охраняемой законом тайны, военного или чрезвычайного положения в государстве или правом обладателя информации. Право на защиту СМИ также является реализуемым правом и отсутствуют существенные препятствия для его осуществления, более того наличие большого количества судебной практики, в том числе приговоров суда, показывает роль этого субъекта в государстве.

3.2 Исполнение основных обязанностей СМИ и привлечение данных субъектов к ответственности

Несмотря на необходимость защиты прав и обеспечения свобод средств массовой информации, возложение и реализация обязанностей и возможность привлечения к ответственности этих субъектов гарантирует стабильность, безопасность и исключение произвола в рамках осуществления ими своей деятельности.

Несоблюдение определенных правил и обязанностей может повлечь за собой негативные последствия для осуществления деятельности субъекта, в том числе и привлечение его к ответственности, поэтому в целях исследования необходимо понимать исполнимы ли законодательно предусмотренные основные обязанности СМИ, а также характер ответственности в случае их неисполнения.

В качестве основных обязанностей СМИ понимаются те, которые в соответствии с классификацией параграфа 2.2 выделены как общие, а именно:

- 1) публикация бесплатно и в предписанный срок обязательных сообщений;
- 2) оперативное предоставление гражданам достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного

самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц;

- 3) опровержение не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном СМИ;
- 4) обеспечение конфиденциальности информации, т.е. необходимо сохранять в тайне источник информации;
- 5) соблюдение права на используемые произведения, включая авторские права, издательские права, иные права на интеллектуальную собственность.

Рассмотрим их последовательно.

1. Бесплатная публикация в предписанный срок обязательных сообщений.

В соответствии со ст. 35 ФЗ «О СМИ»⁹¹ редакция обязана публиковать следующую информацию:

1) вступившее в законную силу решение суда, содержащее требование об опубликовании такого решения через данное средство массовой информации;

2) поступившее от органа, зарегистрировавшего данное средство массовой информации, сообщение, касающееся деятельности редакции;

3) если учредитель редакции государственный орган – официальные сообщения этого органа в порядке, регулируемом уставом редакции или заменяющим его договором;

4) экстренную информацию об опасностях, возникающих при угрозе возникновения или возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при ведении военных действий или вследствие этих действий.

⁹¹ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Проблема реализации данной обязанности заключается в том, что понимается под обязательными сообщениями и что включать в указанный перечень.

Например, в Апелляционном определении Магаданского областного суда от 19.02.2014 № 33-125/2014 по делу № 2-1735/2013 отражено, что Истец как депутат Тенькинского районного собрания представителей, со ссылкой на п. 3 ст. 6.3 Регламента, утвержденного Решением этого Собрания от 28.12.2005 № 155 (право преимущественного выступления по вопросам депутатской деятельности на страницах районной газеты), обратился к главному редактору МАУ «Редакция газеты «Тенька» К.М. с просьбой опубликовать в ближайшем номере газеты «Тенька» статью под названием «.....». Данная информация содержала информацию о привлеченных к административной ответственности лицах за нарушение порядка рассмотрения обращения граждан по вопросу ремонта улиц. Редакция отказала в размещении указанной информации, сославшись на норму ст. 35 ФЗ «О СМИ». Истец обратился в суд об обязанности редакцию газеты опубликовать информацию, однако в удовлетворении заявления было отказано, поскольку содержание статьи не является информацией депутата о своей деятельности, информацией о деятельности собрания представителей либо отчетом о проделанной депутатом работе, что также не обязывало опубликовать статью в газете.

Также следует отметить, что за неисполнение этой обязанности предусмотрена прямая административная ответственность статьей 13.17 КоАП РФ за нарушение правил распространения обязательных сообщений. Однако предусмотренная ответственность в виде максимального штрафа до 5 тысяч рублей ставит под сомнение реализацию данной обязанности редакцией.

Негативными косвенными последствиями могут быть судебные разбирательства, по итогам которых может быть взыскан ущерб,

причиненный в связи с неисполнением обязанностей и/или возбуждение исполнительного производства на основании ФЗ «Об исполнительном производстве»⁹² в рамках которого редакцию обяжут в принудительном порядке совершить необходимые действия.

2. Обязанность оперативного предоставления гражданам достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц возникает у СМИ только в случае, когда гражданин хочет реализовать свое право на получение такой информации.

Можно прийти к выводу, что для возникновения рассматриваемой обязанности гражданин должен обратиться в СМИ с запросом о предоставлении сведений.

Ст. 38 ФЗ «О СМИ»⁹³ указывает, что дальнейшие действия средства массовой информации заключается в том, что редакция направляет запросы в органы для получения необходимой информации. Предоставление ответа может быть осуществлено путем проведения пресс-конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах.

В данном случае исполнение обязанности зависит не только от редакции, но и от действий органов власти. В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» предусмотрено, что Положения Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» не обязывают редакцию средства массовой информации указывать в запросе, для каких целей необходимы запрашиваемые сведения, и обосновывать необходимость получения запрашиваемой информации.

⁹² ФЗ «Об исполнительном производстве» от 02.10.2007 № 229-ФЗ (ред. от 30.12.2015), <http://www.consultant.ru/>.

⁹³ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Запрос информации может касаться любых сторон деятельности соответствующего органа. Предметом запроса также могут являться сведения о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера государственных и муниципальных служащих.

Единственное основание для отказа в предоставлении информации – наличие сведений, составляющих государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну.

В ст. 13.17 КоАП РФ⁹⁴ установлена ответственность за нарушение правил распространения обязательных сообщений, которая влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от ста до трехсот рублей; на должностных лиц - от трехсот до пятисот рублей; на юридических лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей.

Следует отметить, что нарушение требований законодательства о размещении обязательных сообщений не может повлечь административную ответственность для субъектов деятельности СМИ, если оно произошло не по вине данных субъектов.

3. Обязанность опровержения не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном СМИ аналогично первой обязанности, связано с действиями редакции по распространению средства массовой информации, в котором должно быть размещено необходимое опровержение.

Ст. 43 ФЗ «О СМИ»⁹⁵ закрепляет, что редакция обязана опровергнуть сведения не соответствующие действительности и порочащие честь и достоинство в случае, если не располагает доказательствами того, что распространенные сведения соответствуют действительности.

⁹⁴ Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 30.12.2015, с изм. от 17.02.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁹⁵ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

Можно сделать вывод, что рассматриваемая обязанность возникает, когда опубликованные сведения, в установленном законе порядке признаны не соответствующими действительности и порочащими.

На основании ст. 152 ГК РФ⁹⁶, ясно, что сведения признаются такими в судебном порядке.

В случае же, если вынесен судебный акт, устанавливающий характер сведений, в связи с которым необходимо осуществить публикацию опровержения, гражданин или организация в соответствии с ст. 43 ФЗ «О СМИ»⁹⁷ могут представить свой текст опровержения, который будет необходимо опубликовать. Редакция радио-, телепрограммы, обязанная распространить опровержение, может предоставить гражданину или представителю организации, потребовавшему этого, возможность зачитать собственный текст и передать его в записи.

Важным моментом, является то, что предоставление возможности зачитывания текста является правом редакции, а не ее обязанностью.

Неисполнение данной обязанности не предусматривает прямую ответственность, однако, в рассматриваемом случае возможно наступление косвенных негативных последствий, связанных с возбуждением исполнительного производства и административной ответственностью за неисполнение требований пристава.

Необходимо также отметить, что если появилась основание для опубликования опровержения, то существует возможность привлечения субъектов деятельности СМИ к ответственности за само распространение сведений.

Реализация такой обязанности возникает довольно часто, поскольку данная сфера деятельности в большинстве связана с информацией, которая имеет субъективно оценочный характер с точки зрения их негативного и

⁹⁶Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.01.2016), <http://www.consultant.ru/>.

⁹⁷ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

аморального значения, а наличие подтверждения многих фактов может быть установлено не иначе как судом. Например, в рамках Апелляционного определения Московского городского суда от 04.12.2014 по делу № 33-38594, установлено, что телекомпания ОАО «НТВ» распространила порочащие честь, достоинство и деловую репутацию сведения: «Гоголь отдыхает, здесь не мертвые души, а целые мертвые классы»; «Схема такая, в школе был только один пятый класс, оформляет два, вот посмотрите, школьный журнал несуществующего 5 «Б» класса Фамилии учеников те же, что и в 5 «А». Неужели директору было лень фантазировать даже ради денег».

Очень часто СМИ стараются обойти данную обязанность, сделав опровержение менее заметным, чем изначальную публикацию: буквы меньше, не на обложке, ограниченное количество времени, выпуск вовремя, когда спадает активность телезрителей и др. Поэтому в судебных решениях для реализации данной обязанности суды прописывают более подробно, как в вышеуказанном Апелляционном определении «Опровержение выпустить в то же время, в которое выходила программа».

4. Обязанность обеспечения конфиденциальности информации.

В силу ст. 41 ФЗ «О СМИ»⁹⁸ редакция

1) не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне;

2) не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом.

Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», установлено, что суд вправе затребовать такую информацию, если исчерпаны все иные

⁹⁸ФЗ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 13.07.2015), <http://www.consultant.ru/>.

возможности для установления обстоятельств, имеющих значение для правильного рассмотрения и разрешения дела, и общественный интерес в раскрытии источника информации явно перевешивает общественный интерес в сохранении его тайны. То есть, необходимо обратить внимание, что реализация обязанности по предоставлению информации суду возможно в совокупности двух условий.

Следует учитывать, что за нарушение рассматриваемых требований о сохранении конфиденциальности может последовать административная ответственность за разглашение информации с ограниченным доступом и уголовная ответственность за незаконное собирание или распространение сведений о частной жизни лица, составляющих его личную или семейную тайну, без его согласия. Кроме того, в большинстве случаев возникает гражданско-правовая ответственность, размер которой обуславливается тяжестью нарушенного права.

5. Обязанность соблюдения права на используемые произведения, включая авторские права, издательские права, иные права на интеллектуальную собственность.

Указанная сфера деятельности является одной из наиболее спорных в связи с развитием интеллектуального права.

Например, в Постановлении Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 30.05.2016 по делу № А55-21934/2015, было указано, что в силу статьи 42 Федерального закона «О средствах массовой информации» ответчик 1 обязан соблюдать права на используемые произведения, включая авторские права, издательские права, иные права на интеллектуальную собственность. Осуществляя деятельность в качестве средства массовой информации, ответчик 1 должен был удостовериться в отсутствии нарушения прав третьих лиц на распространяемые объекты. Чего им сделано не было. Нахождение фотографии в свободном доступе не

свидетельствует о возможности использования чужого результата интеллектуальной деятельности (без согласия).

Ответственность же за несоблюдение рассматриваемой обязанности наступает в общем порядке в соответствии с частью четвертой ГК РФ.⁹⁹

Так, в силу ст. 1252 ГК РФ защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности может быть осуществлена, например, путем пресечения действий, нарушающих интеллектуальное право или создающих угрозу его нарушения, взыскания убытков или изъятия материального носителя. Для отдельных видов результатов интеллектуальной деятельности или средств индивидуализации правообладатель вправе вместо возмещения убытков требовать от нарушителя выплаты компенсации за нарушение указанного права. Компенсация подлежит взысканию при доказанности факта правонарушения. При этом правообладатель, обратившийся за защитой права, освобождается от доказывания размера причиненных ему убытков.

Размер компенсации определяется судом в зависимости от характера нарушения и иных обстоятельств дела с учетом требований разумности и справедливости.

Таким образом, нами была рассмотрена реализация основных обязанностей СМИ и возможность наступления ответственности за их неисполнение. Бесплатная публикация обязательных сообщений в предписанный срок осложняется трактовкой законодательного перечня обязательных сообщений. Многие средства массовой информации злоупотребляют и расширительно толкуют нормы права в свою пользу, что нарушает права граждан, юридических лиц и государственных органов. Законодатель, конечно, предусмотрел прямую ответственность в КоАП РФ, однако штрафы в размере «до 5 тысяч на юридических лиц» являются

⁹⁹ Гражданский Кодекс РФ, часть 4 от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 31.01.2016 г.), <http://www.consultant.ru/>.

существенно заниженными и позволяют не соблюдать указанную обязанность.

Вторая обязанность в виде оперативного предоставления гражданам достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц осложняется тем, что реализация обязанности возложена не только на СМИ, но иные субъекты, которые могут ненадлежащим образом их исполнять. Более того, вопрос о том, какие сведения, за исключением государственной тайны, необходимо предоставлять, является открытым.

Третья обязанность, предусматривающая опровержение не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном СМИ обязательно предопределяется судебным решением, где должно быть максимально подробно изложен порядок опровержения.

Четвертая обязанность в виде обеспечения конфиденциальности информации, за исключением случаев, когда данную информацию запрашивает суд для рассмотрения дела. Однако, следует учитывать, что поскольку редакция - коллективный субъект, она не может давать свидетельские показания, а может только письменно ответить на судебный запрос. Соответственно, и юридической ответственности за лжесвидетельство или отказ от дачи свидетельских показаний редакция не несет¹⁰⁰.

И последняя общая обязанность в виде соблюдение прав на интеллектуальную собственность полностью урегулирована частью четвертой Гражданского кодекса, где и предусмотрена ответственность за несоблюдение данной обязанности. Неисполнение данной обязанности не предусматривает прямую ответственность, за исключением гражданско-правовой, однако, в рассматриваемом случае возможно наступление

¹⁰⁰ Загородников С.Н., Максимов Д.А. Чужие тайны и их защита: нормативно-правовые аспекты. "Российский следователь", 2014, №№ 3, 4. – С. 87-89.

косвенных негативных последствий, связанных с возбуждением исполнительного производства и административной ответственностью за неисполнение требований пристава.

Подводя итог третьей главе дипломной работы, можно сделать следующие выводы. Предусмотренные в российском законодательстве общие права и гарантии средств массовой информации позволяют реализовывать главный принцип – свободы деятельности СМИ. Установленные ограничения обусловлены, в большинстве случаев, наличием государственной или иной охраняемой законом тайны, военного или чрезвычайного положения в государстве или правом обладателя информации. Право на защиту СМИ также является реализуемым правом и отсутствуют существенные препятствия для его осуществления, а жесткие санкции и большое количество судебной практики в этой сфере, показывают важность и значимость СМИ в обществе и необходимость защиты этого института.

Общие обязанности средств массовой информации являются реализуемые для СМИ, но в некоторых случаях имеются препятствия в виде спорного толкования некоторых категорий и зависимость исполнения обязанности от действий третьих лиц. Во многих случаях предусмотрена административная ответственность за неисполнение данных обязанностей, однако размер заниженный размер штрафов позволяет СМИ их не реализовывать. В указанной сфере распространено привлечение к гражданско-правовой ответственности, то обусловлено спецификой деятельности средств массовой информации.

Специфическим видов ответственности является лишение аккредитации, представляющей собой квазиадминистративную¹⁰¹ ответственность, например,

¹⁰¹ «Квазиадминистративная ответственность», с латинского «quasi» означает: нечто вроде, как будто, как бы, псевдо. Фактически, добавляя приставку «квази», в научной литературе под квазиадминистративной ответственностью понимается - это институт права, регулирующий и оказывающий воздействие на общественные отношения по поводу совершения правонарушений, которые сходны по

журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.

Таким образом, следует отметить, что закрепленный в законодательстве административно-правовой статус средств массовой информации является реализуемым и во многом обеспечивает свободу СМИ, однако имеется необходимость в доработке отдельных аспектов законодателем и в судебном толковании высшими судами некоторых положений, которые вызывают неоднозначность и споры в практической деятельности.

Заключение

Средства массовой информации обладают особым административно-правовым статусом, который обусловлен спецификой деятельности данного субъекта административного права и ролью СМИ в общественных отношениях.

В ходе исследования была всесторонне изучена комплексная категория административно-правового статуса СМИ, отражающая порядок получения и прекращения статуса, его структура и реализация. Детальному анализу подверглись понятие, признаки, функции, структура и виды средств массовой информации, в результате чего была достигнута цель исследования.

В рамках настоящей дипломной работы нами было сконструировано базовое понятие СМИ, а именно: средства массовой информации - это формы периодического распространения сообщений и материалов, предназначенных для неограниченного круга лиц, под постоянным наименованием, осуществляющие формирование установок, ценностей и соответствующего поведения аудитории. Данное понятие по сравнению с легальным и научными понятиями отражает существенные характеристики указанного субъекта административного права, делая акцент не только на роли и воздействии СМИ на общество, но и на функции субъекта, а также одновременно не включает в себя все виды форм периодического распространения сообщений и материалов, что не «отяжеляет» понятие и не делает его слишком широким.

Понятие СМИ отражает его особое место среди субъектов административного права, поскольку средства массовой информации как участники административно-правовых отношений наделены законодательством специфичными правами, обязанностями, полномочиями, компетенцией и ответственностью.

К функциям средств массовой информации следует относить: информационную; функцию социализации (воспитания); организации поведения, функцию по созданию определенного эмоционально-психологического тона аудитории; коммуникативную функцию.

Признаки средств массовой информации отражаются в наличии у данного субъекта формы распространения сообщения, информационного содержания сообщения; периодичности распространения информации; направленности на неограниченный круг лиц; постоянного наименования; направленности на формирование ценностей, установок и соответствующего поведения.

Перечень видов средств массовой информации определен в ст. 2 ФЗ «О СМИ», к которым относятся: периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.

Существует открытый перечень видов СМИ, внутри которых также могут выделяться подвиды – специализированные средства массовой информации, обязательные общедоступные телеканалы и радиоканалы, а также не общедоступные. Понимание различия и разграничения видов СМИ необходимо для анализа и выявления административно-правового статуса каждого конкретного вида.

Наличие правосубъектности СМИ необходимо для реализации элементов административно-правового статуса средств массовой информации. В связи с тем, что содержанием правосубъектности являются дееспособность и правоспособность, приобретение и прекращение которых для СМИ, по общему правилу, осуществляется в один момент – регистрации и ликвидации, соответственно.

Механизм приобретения правосубъектности, в свою очередь, устанавливает процедуры, осуществление которых может в дальнейшем

повлияет на реализацию правового статуса. Указанный механизм, на наш взгляд, не образует препятствий для получения и реализации статуса СМИ, и даже устанавливает дополнительные гарантии, способствующие приобретению правосубъектности, например, закрытый перечень для отказа в государственной регистрации, небольшой размер государственной пошлины, закрытый перечень документов для регистрации, наличие сроков для рассмотрения заявления, а также ответственность государственных органов за несоблюдение данных сроков. Но, есть и исключение из порядка приобретения правосубъектности, так законодательством предусмотрен специальный порядок приобретения правосубъектности в виде безрегистрационного порядка, где моментом приобретения правосубъектности является момент принятия учредителем решения об учреждении СМИ.

Прекращение правосубъектности возможно в случаях вынесения судебного решения о прекращении деятельности СМИ судом или принятием учредителем решения прекратить деятельность. Однако, законом не урегулирован порядок прекращения правосубъектности средства массовой информации при учреждении СМИ в безрегистрационном порядке, что является существенным пробелом в этой сфере. Такое основание прекращения правосубъектности как признание свидетельства о регистрации недействительным, которое выделяется некоторыми авторами, на наш взгляд, является несостоятельным, поскольку по аналогии с положениями гражданского законодательства о недействительных сделках, недействительная регистрация СМИ не может повлечь за собой юридических последствий, и, соответственно, правовой статус не возникал и не может быть утрачен.

Анализ порядка приобретения и прекращения правосубъектности СМИ позволил нам рассмотреть элементы и комплексно исследовать структуру административно-правового статуса данного субъекта.

В связи с тем, что СМИ не являются ни физическими, ни юридическими лицами, ни иными объединениями, распространение средств массовой информации и доведение их содержания до потребителя возможно лишь при осуществлении деятельности редакции, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя. В зависимости от конкретного вида СМИ может изменяться административно-правовой статус.

Возможность реализации административно-правового статуса СМИ осуществляется посредством наделения правами, обязанностями, гарантиями и ответственностью элементов структуры организации деятельности СМИ, то есть определение административно-правового статуса СМИ возможно путем анализа прав, обязанностей, гарантий и ответственности редакции, главного редактора, журналиста, издателя и распространителя.

Анализируя элементы административно-правового статуса СМИ установлено, что таким элементом как права могут наделяться несколько субъектов, так как в структуре организации деятельности СМИ участвуют учредитель, редакция, главный редактор, журналист, издатель и распространитель. Следует отметить, что законодатель особенным образом отмечает права журналистов, так как он наиболее близок к сбору информации и должен обладать соответствующими правами и выполнять определенные обязанности, чтобы не нарушить своими действиями права граждан.

Гарантии как элемент статуса играют особую роль в деятельности такого субъекта как СМИ. Законом выделено несколько гарантий, а именно: свобода средств массовой информации, недопустимость цензуры, наличие ответственности за нарушение прав СМИ, возможность обжалования в суд незаконных действий других лиц. В результате анализа понятно, что гарантии дают возможность СМИ профессионально, самостоятельно и свободно осуществлять деятельность.

На основании анализа обязанностей средств массовой информации можно сделать вывод, что они дифференцируются в зависимости от конкретного вида СМИ, однако существуют и общие обязанности.

Рассматривая следующий элемент статуса – ответственность, мы пришли к выводу, что законодательство РФ предусматривает различные меры ответственности, которые могут быть применены к средствам массовой информации в целях обеспечения законности, а также защиты нарушенных и оспариваемых прав граждан и организаций, существует возможность освобождения СМИ от ответственности, в установленных законом случаях.

Для завершения комплексного исследования данной темы также в рамках дипломной работы было рассмотрено, каким образом осуществляется реализация элементов статуса СМИ. Однако, анализу подлежали не все элементы статуса каждого субъекта СМИ, а общие права, гарантии, обязанность и ответственность.

В Российской Федерации предусмотрены общие права СМИ на свободный поиск, получение, распространение массовой информации, учреждение, владение и пользование СМИ, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технического устройства и оборудования, сырья и материалы, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации, а также право на защиту нарушенных прав СМИ. Указанные права позволяют реализовывать главную гарантию - свободу средств массовой информации. Но, в законодательстве предусмотрены и ограничения, обусловленные наличием государственной или иной охраняемой законом тайны, военного или чрезвычайного положения в государстве или правом обладателя информации. Право на защиту СМИ также является реализуемым правом и отсутствуют существенные препятствия для его осуществления, более того наличие большого количества судебной практики, в том числе приговоров суда в

отношении лиц, посягающих на СМИ, показывает, что защита средств массовой информации является приоритетной задачей государства.

Далее, нами была рассмотрена реализация основных обязанностей СМИ и возможность наступления ответственности за их неисполнение. Так, обязанность в виде бесплатной публикации обязательных сообщений в предписанный срок осложняется трактовкой законодательного перечня обязательных сообщений. Многие средства массовой информации злоупотребляют и расширительно толкуют нормы права в свою пользу, что нарушает права граждан, юридических лиц и государственных органов. Законодатель, конечно, предусмотрел прямую ответственность в КоАП РФ, однако штрафы в размере «до 5 тысяч на юридических лиц» являются существенно заниженными и позволяют не соблюдать указанную обязанность.

Вторая обязанность в виде оперативного предоставления гражданам достоверных сведений о деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, их должностных лиц осложняется тем, что реализация обязанности возложена не только на СМИ, но иные субъекты, которые могут ненадлежащим образом их исполнять. Более того, вопрос о том, какие сведения, за исключением государственной тайны, необходимо предоставлять, является открытым.

Третья обязанность, предусматривающая опровержение не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном СМИ обязательно предопределяется судебным решением, где должно быть максимально подробно изложен порядок опровержения.

Четвертая обязанность в виде обеспечения конфиденциальности информации, за исключением случаев, когда данную информацию запрашивает суд для рассмотрения дела. Однако, следует учитывать, что поскольку редакция - коллективный субъект, она не может давать

свидетельские показания, а может только письменно ответить на судебный запрос. Соответственно, и юридической ответственности за лжесвидетельство или отказ от дачи свидетельских показаний редакция не несет¹⁰².

И последняя общая обязанность в виде соблюдение прав на интеллектуальную собственность полностью урегулирована частью четвертой Гражданского кодекса, где и предусмотрена ответственность за несоблюдение данной обязанности. Неисполнение данной обязанности не предусматривает прямую ответственность, за исключением гражданско-правовой, однако, в рассматриваемом случае возможно наступление косвенных негативных последствий, связанных с возбуждением исполнительного производства и административной ответственностью за неисполнение требований пристава.

Специфическим видов ответственности является лишение аккредитации, представляющей собой квазиадминистративную¹⁰³ ответственность, например, журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.

Таким образом, следует отметить, что закрепленный в законодательстве административно-правовой статус средств массовой информации является реализуемым и во многом обеспечивает свободу СМИ.

¹⁰² Загородников С.Н., Максимов Д.А. Чужие тайны и их защита: нормативно-правовые аспекты. "Российский следователь", 2014, №№ 3, 4. – С. 87-89.

¹⁰³ «Квазиадминистративная ответственность», с латинского «quasi» означает: нечто вроде, как будто, как бы, псевдо. Фактически, добавляя приставку «квази», в научной литературе под квазиадминистративной ответственностью понимается - это институт права, регулирующий и оказывающий воздействие на общественные отношения по поводу совершения правонарушений, которые сходны по своим признакам с административными, но таковыми не являются, с целью обеспечения состояния защищенности общества от них.

Однако, имеется необходимость в доработке отдельных аспектов законодателем и в судебном толковании высшими судами некоторых положений, которые вызывают неоднозначность и споры в практической деятельности, в том числе, следует конкретизировать порядок учреждения и ликвидации данных субъектов. Возможно, необходимо создать процедуры уведомления о начале и прекращении деятельности СМИ, учрежденных в безрегистрационном порядке и контроля за ними.

Но, преодолеть имеющиеся проблемы и пробелы в нормативно-правовом регулировании предстоит законодателю путем должного анализа действующего законодательства, научной проработки имеющихся коллизий и внесения изменений в нормативно-правовые акты. Именно это и обуславливает потребность дальнейшего комплексного исследования этой сложной и многоплановой проблемы.

Список источников и литературы

1. Источники

1.1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 23.05.2016 г.) // СПС Консультант плюс.

1.2. Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации от 08.03.2015 № 21-ФЗ (ред. от 02.06.2016) // СПС Консультант плюс.

1.3. Кодекс РСФСР об административных правонарушениях, утвержден Верховным Советом РСФСР 20.06.1984 г. // Ведомости Верховного Совета РСФСР. 1984. № 27. Ст. 909.

1.4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 02.06.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.06.2016) // СПС Консультант плюс.

1.5. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // СПС Консультант плюс.

1.6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в ред. от 02.06.2016) // СПС Консультант плюс.

1.7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2016) // СПС Консультант плюс.

1.8. Трудовой Кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015)// СПС Консультант плюс.

1.9. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // СПС Консультант плюс.

1.10. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 19.12.2016) "О некоммерческих организациях" // "Российская газета", № 14, 24.01.1996.

1.11. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ (ред. от 19.12.2016) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)// "Российская газета", № 165, 29.07.2006.

1.12. Федеральный закон от 02.10.2007 № 229-ФЗ (ред. от 28.12.2016) "Об исполнительном производстве" // "Российская газета", № 223, 06.10.2007.

1.13. Федеральный Закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» № 126-ФЗ от 22 августа 1996 г.// СПС Консультант плюс.

1.14. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 29.06.2015) "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"// СПС Консультант плюс.

1.15. Федеральный Закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» (ред. от 12.03.2014)// СПС Консультант плюс.

1.16. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 15.07.2016) // СПС Консультант плюс.

1.17. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации(перерегистрации) средства массовой информации» № 1752-р от 06.10.2011// СПС Консультант плюс.

1.18. Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» // СПС Консультант плюс.

16. Постановление Пленума Верховного суда РФ «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой

информации» от 15.06.2010 № 16 (ред. от 09.02.2012) // СПС Консультант плюс.

18. Постановление Судебного участка №86 Спасского района от 28.09.2015 года по делу № 5-1012/2015// СПС Консультант плюс.

19. Решение Кировского районного суда г. Уфы от 08.09.2015 года по делу № 12-722/2015 // СПС Консультант плюс.

20. Апелляционное Постановления Омского областного суда от 08.12.2015 года по делу № 22-3876/2015// СПС Консультант плюс.

21. Приговор Сургутского городского суда от 27.05.2014 года по делу № 1-585/2014// СПС Консультант плюс.

22. Приговор Кочубеевского районного суда от 02.11.2015 года по делу № 1-239/2015// СПС Консультант плюс.

2. Литература:

2.1. Авдейко А.Н., Антонов С.Н., Бачило И.Л. и др. Комментарий к Кодексу Российской Федерации об административных правонарушениях (постатейный) / Под ред. Н.Г. Салищевой. М.: Проспект, 2013. -439 с.

2.2. Батурин Ю.М. Цензура против гласности: от Ивана Грозного до 1917 г. –600 с.

2.3. Байгузин Р. Н., Илларионов С. И., Рукосуев Г. Н. Информационная война. М., 2000, -345 с.

2.4. Безуглов А.А., Солдатов С.А. Конституционное право России. Т.1. М.,2001.-443 с.

2.5. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ. М., 2004 г. – 216 с.

2.6. Братановский С.Н. Административное право: учебник. М.: Директ-Медиа, 2013. – 439 с.

2.7. Гегель Г.В.Ф. Наука логики. СПб., 1997. – 987 с.

2.8. Гойман В.И. Правонарушение и юридическая ответственность // Общая теория права и государства/ Под. ред. В.В. Лазарева. М., 1994. – 342 с.

- 2.9. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. Т. 4. М., 2003. – 872 с.
- 2.10. Демин А.А. Административное право Российской Федерации: Учебное пособие. М., 2002.- 228 с.
- 2.11. Дмитриев Ю.А., Евтеев А.А., Петров С.М. Административное право: Учебник. М., 2005. – 438 с.
- 2.12. Казимирчук В.П. Бобошов С.В. Эффективность права как формы социального контроля // Эффективность применения уголовного закона М., 1973. – 298 с.
- 2.13. Конституционное право: университетский курс: В 2 т.: Учебник" (том 2) (под ред. А.И. Казанника, А.Н. Костюкова) - "Проспект", 2017. – 467 с.
- 2.14. Кленкина О.В. Административное право: Учебное пособие для бакалавриата. – Самара, Изд-во Самарской академии государственного и муниципального управления. 2013. – 200 с.
- 2.15. Козлова М.М. История отечественных средств массовой информации, У., 2000 г. – 436 с.
- 2.16. Комментарий к Кодексу Российской Федерации об административных правонарушениях / Под ред. Ю.М. Козлова. М., 2015. -С. 27.
- 2.17. Комментарий к Кодексу Российской Федерации об административных правонарушениях / Под общ. ред. А.А. Николаева: В 2 т. Т. 1. М., 2016. -С. 84.
- 2.18. Кузнецов А.С. Большой толковый словарь русского языка. – 1-е издание: СПб, 1998. -С. 58.
- 2.19. Кондрашина М.Н. СМИ как агент публичной политики. Вестник Томского государственного университета, № 338, 2010 г, -с. 43.
- 2.20. Котельникова Е.А. Административное право: Учеб. пособие. Ростов н/Д, 2007. – 78 с.

- 2.21. Матузов Н.И., Малько А.В. Теория государства и права/-2-е издание, М: Юристъ, 2001. – 418 с.
- 2.22. Новая философская энциклопедия / под ред. В. С. Степина. В 4 т. Т. 4. – М.: Мысль, 2001. -317 с.
- 2.23. Ольшанский Д.В. Психология масс. М., 2002 г.- 89 с.
- 2.24. Орлов К.А. Средства массовой информации как элемент гражданского общества. Вестник ЮУрГУ, № 20, 2012 г., - 13 с.
- 2.25. Орлова К.А. Взаимодействие судов с общественностью и средствами массовой информации как часть социализации правового статуса судьи. «Администратор суда», 2016, № 1. – 44 с.
- 2.26. Пиголкин А.С. Теория государства и права. Г, 2003 г.- 565 с.
- 2.27. Попов Л.Л., Мигачев Ю.И., Тихомиров С.В. Административное право России: Учебник. М.: Проспект, 2011. – с. 875
- 2.28. Серова О.А. Понятие и виды правоспособности юридического лица. Вестник Самарской гуманитарной академии, с. Право, № 1(7), 2010 г.,- с. 43.
- 2.29. Россинский Б.В., Стариков Ю.Н. Административное право. М., 2009г.- 621 с.
- 2.30. Топорнин Б.Н. Юридическая энциклопедия, «Юристъ», Москва, 2001.
- 2.31. Уваров А.А. Средства массовой информации как институт гражданского общества (правовые аспекты) // Российская юстиция. 2017. № 6. С. 45 - 48.
- 2.32. Философская энциклопедия // Константинов Ф.В. // Издательство Советская энциклопедия // Москва, 1970 г.- 521 с.
- 2.33. Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2007 г. –398 с.
- 2.34. Что делать, если в СМИ размещены сведения, порочащие честь и достоинство гражданина? // Азбука права: электрон. журн. 2017.
- 2.35. Янина П.М. Толковый словарь / П.М. Янина. СПб.: Питер, 2009. – 620 с.

Выпускная квалификационная работа на тему «Административно-правовой статус СМИ в Российской Федерации» выполнена мной самостоятельно. Все использованные в работе материалы и положения из научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Список использованных источников содержит _____ наименований.

Приложений _____.

Рецензент _____.

Дипломная работа сдана на кафедру «___» _____ 20___ г .

Подпись автора _____