



ОФ «Правовой  
медиа-центр»

# **Правовая безопасность журналиста в Интернете**

*Материалы тренинга*

2013 год

## **Уважаемые участники!**

Мы рады приветствовать вас на тренинге, посвященном юридической безопасности журналистов. Тренинг проходит в рамках проекта, поддержанного посольством США в Казахстане. Мы надеемся, что полученные знания позволят вам более эффективно и оперативно защищать свои права и активно участвовать в процессах интернет-сообщества.

### ***Об организации***

ОФ «Правовой медиа-центр» работает на медийном рынке Казахстана с 2004 года. Основные направления деятельности: консолидация журналистов и вовлечение их в международное медиа-сообщество, повышение информированности журналистов в области международного законодательства о правах человека, проведение медиа-исследований и обучающих мероприятий (семинаров, круглых столов, тренингов). А также организация стажировок в казахстанских, зарубежных СМИ и НПО, правовые консультации для журналистов, повышение профессионального уровня юристов, занимающихся защитой прав СМИ, формирование библиотеки для журналистов и студентов факультета журналистики, активизация деятельности региональных медийных НПО и др.

Темой защиты прав человека фонд занимается с прошлого года. За это время было обучено более 70 представителей НПО, 30 представителей судебной системы, открыты общественные приемные на базах НПО в семи регионах Казахстана, опубликовано руководство по обращению в комитет ООН по правам человека, составлен сборник решений Комитета ООН по свободе слова и выражения.

Наша деятельность:

-- образовательные тренинги для журналистов

- тематические тренинги и мастер-классы для НПО, коммерческих структур, пресс-служб по темам «Эффективное взаимодействие с прессой», «Проведение информационных кампаний» и другие

- event-management (организация и проведение пресс-конференций, круглых столов и т.п.)

проведение медиа-исследований (интервью, фокус-группы, анкетирование)

- контент-анализ печатных СМИ

- медиа-сопровождение мероприятий

- создание и редактирование текстов

В числе партнеров «Медиа-центр» - Центр ОБСЕ в Астане, Фонд Сорос-Казахстан, Посольство Великобритании в Казахстане, Посольство Норвегии, Фонд Ф. Эберта, государственные структуры и др.

*Данная публикация подготовлена при технической поддержке посольства США в Казахстане. Материалы публикации необязательно отражают официальную точку зрения посольства.*

**Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года  
О средствах массовой информации  
(с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.01.2013 г.)**

Глава 1. Общие положения (статьи 1 - 4)

Глава 1-1. Государственное регулирование в области средств массовой информации (статьи 4-1 -4-5)

Глава 2. Организация деятельности средств массовой информации (статьи 5 - 13)

Глава 3. Распространение средств массовой информации (статьи 14 - 16)

Глава 4. Отношение средств массовой информации с гражданами и организациями (статьи 17 - 19)

Глава 5. Права и обязанности журналиста (статьи 20 - 21)

Глава 6. Аккредитация журналистов (статьи 22 - 24)

Глава 7. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации (статьи 25 - 26)

Настоящий Закон регулирует общественные отношения в области средств массовой информации, устанавливает государственные гарантии их свободы в соответствии с Конституцией Республики Казахстан.

Глава 1. Общие положения

Статья 1. Основные понятия, используемые в настоящем Законе:

1) аккредитация - процедура назначения журналиста и признание его полномочий государственным органом, общественным объединением и организацией;

2) главный редактор (редактор) - физическое лицо, возглавляющее редакцию средства массовой информации и имеющее соответствующие полномочия на его выпуск и распространение, выход в эфир;

3) массовая информация - предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;

4) средство массовой информации - периодическое печатное издание, теле-, радиоканал,

кинодокументалистика, аудиовизуальная запись и иная форма периодического или непрерывного публичного распространения массовой информации, включая интернет-ресурсы;

5) продукция средства массовой информации - тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания или аудиовизуальной программы, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, информация, размещенная на интернет-ресурсе;

6) уполномоченный орган в области средств массовой информации - государственный орган, осуществляющий государственное регулирование в области средств массовой информации (далее - уполномоченный орган);

- 7) распространение продукции средства массовой информации - продажа (подписка, доставка, раздача) периодических печатных изданий, выход в эфир радио-, телепрограмм, демонстрация кинохроникальных программ и размещение информации на интернет-ресурсах;
- 8) редакция средства массовой информации - физическое лицо либо творческий коллектив, являющийся структурным подразделением юридического лица, осуществляющие сбор, подготовку материалов и выпуск средства массовой информации;
- 9) журналист (представитель средства массовой информации) - физическое лицо, осуществляющее деятельность по сбору, обработке и подготовке сообщений и материалов для средства массовой информации на основе трудовых или иных договорных отношений;
- 10) комплекс - совокупность зданий, связанных общим назначением и составляющих единую структуру;
- 11) периодическое печатное издание - газета, журнал, альманах, бюллетень, приложения к ним, имеющие постоянное название, текущий номер и выпускаемые не реже одного раза в три месяца;
- 12) кино-, видеопродукция порнографического и специального сексуально-эротического характера - натуралистическая, подробная фиксация полового акта либо демонстрация обнаженных гениталий в процессе сексуального контакта, способствующая возбуждению сексуального влечения или удовлетворению сексуальных потребностей, которые не соответствуют моральным ценностям, оскорбляют честь и достоинство человека;
- 13) официальное сообщение - информация, предоставляемая государственными органами с целью дальнейшего распространения через средства массовой информации;
- 13-1) стационарные помещения - капитальные здания, сооружения или их часть, имеющие фундамент, перемещение которых невозможно без нанесения ущерба их несущей конструкции;
- 14) информация, пропагандирующая суицид, - информация, побуждающая к намеренному лишению собственной жизни человека;
- 15) распространитель - физическое или юридическое лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с ее собственником, издателем или на иных законных основаниях;
- 16) теле-, радиоканал - средство массовой информации, представляющее собой совокупность теле-, радиопрограмм и аудиовизуальных произведений, сюжетов и материалов, сформированных в соответствии с сеткой вещания для последующей трансляции и/или ретрансляции;
- 17) теле-, радио-, кинохроникальная программа - содержательно завершенная часть теле-, радиоканала, которая имеет соответствующее

наименование, объем вещания и может быть использована независимо от других частей теле-, радиоканала;

18) цензура - предварительное согласование сообщений и материалов средствами массовой информации с государственными органами, должностными лицами и иными организациями по их требованию или по иным основаниям с целью ограничения или наложения запрета на распространение сообщений и материалов либо их отдельных частей;

19) выход в эфир - трансляция теле-, радиопрограмм, аудиовизуальной записи с использованием аналоговых и цифровых электромагнитных систем;

20) продукция эротического характера - печатное издание или теле-, радиопрограмма, которые демонстрируют сексуальные отношения людей, интимные части человеческого тела, за исключением гениталий, и не содержат элементов порнографии.

## Статья 2. Свобода слова, получения и распространения информации

1. Свобода слова, творчества, выражения в печатной и иной форме своих взглядов и убеждений, получения и распространения информации любым не запрещенным законом способом гарантируются Конституцией Республики Казахстан. Цензура запрещается.

2. Государственные органы, общественные объединения, должностные лица и средства

массовой информации обязаны обеспечить каждому гражданину возможность ознакомиться с затрагивающими его права и интересы документами, решениями и источниками информации.

2-1. Средства массовой информации обязаны содействовать государственным органам, осуществляющим противодействие терроризму.

3. Не допускаются разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, пропаганда и оправдание экстремизма или терроризма, распространение информации, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, а также культа жестокости, насилия и порнографии.

4. Не допускается использование средства массовой информации в целях совершения административных правонарушений либо уголовно-наказуемых деяний.

## Статья 3. Язык средств массовой информации

1. Средства массовой информации распространяются на государственном и других языках.

2. Государство обеспечивает право каждого на использование родного языка при получении и распространении средств массовой информации в соответствии с законодательством Республики Казахстан о языках.

3. Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV

Статья 4. Законодательство Республики Казахстан о средствах массовой информации

1. Законодательство о средствах массовой информации основывается на Конституции Республики Казахстан, состоит из настоящего Закона и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан.

2. Если международным договором, ратифицированным Республикой Казахстан установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.

Глава 1-1. Государственное регулирование в области средств массовой информации

Статья 4-1. Государственное регулирование в области средств массовой информации

1. Государственное регулирование в области средств массовой информации осуществляется путем правового обеспечения, контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан в области средств массовой информации.

2. Государственный контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации осуществляется уполномоченным органом и другими государственными органами в пределах их компетенции, установленной законодательством Республики Казахстан.

Статья 4-2. Компетенция Правительства Республики Казахстан в области средств массовой информации Правительство Республики Казахстан:

1) разрабатывает и обеспечивает реализацию основных направлений государственной политики в области средств массовой информации;

2) определяет порядок осуществления учета иностранных периодических печатных изданий, распространяемых в Республике Казахстан;

3) Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV

4) выполняет иные функции, возложенные на него Конституцией, законами Республики Казахстан и актами Президента Республики Казахстан.

Статья 4-3. Компетенция уполномоченного органа

Уполномоченный орган:

1) обеспечивает формирование и реализацию государственной политики в области средств массовой информации;

- 2) осуществляет постановку на учет периодических печатных изданий и информационных агентств;
- 3) Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV
- 4) Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV
- 5) Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV
- 6) Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV
- 7) формирует, размещает и контролирует осуществление государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан;
- 8) осуществляет международное сотрудничество в области средств массовой информации;
- 9) ведет единый реестр учета иностранных периодических печатных изданий, распространяемых на территории Республики Казахстан;
- 10) разрабатывает и реализует государственные и отраслевые (секторальные) программы в области средств массовой информации;
- 11) определяет порядок хранения записей, имеющих историческую и (или) культурную ценность;
- 12) утверждает правила аккредитации журналистов;
- 13) координирует деятельность местных исполнительных органов по осуществлению контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан в области средств массовой информации;
- 14) координирует деятельность центральных и местных исполнительных органов по вопросам средств массовой информации;
- 15) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан.

Статья 4-4. Компетенция местных исполнительных органов областей (города республиканского значения, столицы)

Местные исполнительные органы областей (города республиканского значения, столицы):

- 1) реализуют государственную информационную политику через региональные средства массовой информации;
- 2) осуществляют учет иностранных периодических печатных изданий, распространяемых на территории области, города республиканского значения, столицы;
- 3) Исключен в соответствии с Законом РК от 10.07.12 г. № 36-V



- 4) формируют, размещают и контролируют осуществление государственного заказа по проведению государственной информационной политики на региональном уровне в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан;
- 5) осуществляют контроль за соблюдением законодательства Республики Казахстан средствами массовой информации на соответствующей административно-территориальной единице;
- 6) предоставляют в уполномоченный орган информацию по учету иностранных периодических печатных изданий, а также сведения по соблюдению законодательства Республики Казахстан;
- 7) осуществляют в интересах местного государственного управления иные полномочия, возлагаемые на местные исполнительные органы законодательством Республики Казахстан.

#### Статья 4-5. Государственный контроль

1. Целью государственного контроля является обеспечение соблюдения физическими и юридическими лицами законодательства Республики Казахстан о средствах массовой информации.
2. Государственный контроль в области средств массовой информации осуществляется местными исполнительными органами областей (города республиканского значения, столицы), включает в себя:
  - 1) контроль по соблюдению требований, предусмотренных настоящим Законом;
  - 2) контроль в отношении рекламы, распространяемой через средства массовой информации.
3. Государственный контроль в области средств массовой информации, осуществляемый уполномоченным органом, местными исполнительными органами областей (города республиканского значения, столицы), выполняется в форме проверок.
4. Проверка осуществляется в соответствии с Законом Республики Казахстан «О государственном контроле и надзоре в Республике Казахстан». Иные формы государственного контроля осуществляются в соответствии с настоящим Законом.
5. Исключен в соответствии с Законом РК от 06.01.11 г. № 378-IV

#### Глава 2. Организация деятельности средств массовой информации

##### Статья 5. Право на создание средства массовой информации

1. Право на создание средства массовой информации принадлежит физическим и юридическим лицам в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

Средство массовой информации может быть создано как в форме юридического лица, так и в форме структурного подразделения юридического лица. Основанием для осуществления выпуска (выхода в эфир) продукции средства массовой информации, распространения сообщений и материалов информационного характера является свидетельство о постановке на учет теле-, радиоканала, периодического печатного издания и (или) информационного агентства. Данные требования не распространяются на интернет-ресурсы.

2. Запрещается иностранным физическим и юридическим лицам, лицам без гражданства

прямо и (или) косвенно владеть, пользоваться, распоряжаться и (или) управлять более 20

процентами акций (долей, паев) юридического лица - собственника средства массовой информации в Республике Казахстан или осуществляющего деятельность в этой сфере.

Статья 6. Собственник средства массовой информации

1. Собственник - физическое или юридическое лицо либо объединение физических и (или) юридических лиц, осуществляющие право владения, пользования и распоряжения средством массовой информации.

2. Собственник средства массовой информации вправе выступать в качестве редакции, редактора, журналиста, издателя, распространителя как в отношении собственного, так и других средств массовой информации на основе соответствующего договора.

Статья 7. Редакция средства массовой информации

1. Редакция осуществляет подготовку и выпуск (выход в эфир) средства массовой информации по поручению собственника.

2. Редакцией руководит главный редактор (редактор).

2-1. Главным редактором (редактором) не могут быть:

1) граждане, признанные судом недееспособными;

2) граждане, имеющие на момент назначения судимость, которая не снята или не погашена в установленном законом порядке;

3) иностранцы либо лица без гражданства;

4) граждане, являвшиеся главными редакторами (редакторами) средств массовой информации, по вине которых выпуск (выход в эфир) средства массовой информации был прекращен решением суда, в течение трех лет со дня вступления в законную силу решения суда.

3. Отношения между собственником и редакцией регулируются уставом и договором.

## Статья 8. Информационное агентство

1. Информационное агентство - это зарегистрированное в соответствии с законодательными актами Республики Казахстан юридическое лицо, деятельность которого направлена на сбор, обработку и распространение сообщений и материалов информационного характера.
2. Сообщения и материалы информационного агентства должны сопровождаться его названием и датой выпуска.
3. При распространении сообщений и материалов информационного агентства средствами массовой информации ссылка на информационное агентство обязательна.
4. На информационное агентство распространяется действие статей 2, 10 настоящего Закона.

## Статья 9. Издатель средства массовой информации

1. Издатель - физическое или юридическое лицо, осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации.
2. Если собственник не является одновременно и издателем средства массовой информации, то права, обязанности и ответственность собственника и издателя определяются отдельным договором.

## Статья 10. Постановка на учет, переучет периодического печатного издания и информационного агентства

1. Периодическое печатное издание и информационное агентство, действующие на территории Республики Казахстан, подлежат обязательной постановке на учет в уполномоченном органе.
2. Для постановки на учет, переучет собственник периодического печатного издания и (или) информационного агентства либо лицо, действующее по его уполномочию, подает заявление, отвечающее требованиям статьи 11 настоящего Закона.
3. При постановке на учет периодического печатного издания и (или) информационного агентства, а также при получении дубликата документа, удостоверяющего постановку на учет периодического печатного издания и (или) информационного агентства, взимается сбор в порядке, определяемом Налоговым кодексом Республики Казахстан.
4. Заявление об учете, о переучете периодического печатного издания или информационного агентства подлежит рассмотрению в течение десяти рабочих дней со дня поступления. По итогам рассмотрения заявления уполномоченный орган выдает собственнику периодического печатного издания или информационного агентства свидетельство о постановке на учет либо отказывает по следующим основаниям:

- 1) если уполномоченным органом ранее выдано свидетельство о постановке на учет периодическому печатному изданию или информационному агентству с тем же названием и распространением на той же территории либо сходным до степени его смешения с названием ранее созданного периодического печатного издания или информационного агентства;
  - 2) если содержание заявления не соответствует требованиям статьи 11 настоящего Закона;
  - 3) если не уплачен сбор за постановку на учет периодического печатного издания или информационного агентства;
  - 4) если в заявлении о переучете периодического печатного издания или информационного агентства ввиду смены собственника не указаны номер и дата договора, подтверждающего передачу прав собственности на периодическое печатное издание или информационное агентство другому лицу;
  - 5) если к постановке на учет заявлено периодическое печатное издание или информационное агентство с тем же названием (частью названия) и той же тематической направленностью, выпуск которых ранее прекращен судом, или заявлено периодическое печатное издание или информационное агентство, дублирующие название и тематическую направленность, а также в случае подачи заявления собственником или главным редактором (редактором) периодического печатного издания или информационного агентства, выпуск которых был прекращен решением суда, в течение трех лет со дня вступления в законную силу решения суда.
5. Собственник периодического печатного издания сохраняет за собой право приступить к выпуску продукции периодического печатного издания в течение трех месяцев со дня получения свидетельства о постановке на учет.
- Собственник информационного агентства сохраняет за собой право приступить к распространению сообщений и материалов информационного характера в течение шести месяцев со дня получения свидетельства о постановке на учет.
- Свидетельство о постановке на учет периодического печатного издания и (или) информационного агентства решением уполномоченного органа признается утратившим силу в случае пропуска срока выпуска продукции периодического печатного издания и (или) информационного агентства, а также прекращения выпуска продукции периодического печатного издания и (или) информационного агентства в течение трех месяцев, за исключением случаев приостановления судом выпуска периодического печатного издания и (или) информационного агентства.
6. Периодическое печатное издание и (или) информационное агентство подлежат переучету в случаях смены собственника либо изменения

организационно-правовой формы, наименования, а также названия периодического печатного издания и (или) информационного агентства, языка издания либо материалов и сообщений, территории распространения, основной тематической направленности и периодичности выпуска.

Статья 11. Заявление о постановке на учет периодического печатного издания и (или)

информационного агентства

1. В заявлении о постановке на учет периодического печатного издания или информационного агентства должны быть указаны:

1) фамилия, имя и отчество (при его наличии), индивидуальный идентификационный номер, место жительства собственника периодического печатного издания или информационного агентства - физического лица, наименование, бизнес-идентификационный номер, место нахождения, организационно-правовая форма собственника периодического печатного издания или информационного агентства - юридического лица;

2) язык (языки) периодического печатного издания, материалов и сообщений информационного агентства;

3) предполагаемая периодичность выпуска;

4) основная тематическая направленность;

5) территория распространения;

6) фамилия, имя, отчество (при его наличии) главного редактора (редактора);

7) адрес редакции.

2. Предъявление иных требований при постановке на учет средства массовой информации запрещается.

Статья 12. Освобождение от постановки на учет средства массовой информации

Не требуется постановки на учет периодических печатных изданий:

тиражом менее ста экземпляров;

официальных, нормативных и иных актов;

буллетеней судебной практики.

Статья 13. Приостановление и прекращение выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации

1. Приостановление либо прекращение выпуска средства массовой информации либо

распространения продукции средства массовой информации возможно по решению собственника или суда.

2. Под приостановлением понимается временное прекращение выпуска одного или нескольких номеров изданий, выхода в эфир теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов, а также распространение продукции средства массовой информации. Приостановление выпуска средства массовой информации либо распространение продукции средства массовой информации допускается на срок не более трех месяцев.

3. Основаниями для приостановления выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации в установленном законом порядке являются: разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну, распространение информации, пропагандирующей суицид, раскрывающей технические приемы и тактику антитеррористических операций в период их проведения, пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, распространение теле-, радиопрограмм, теле-, радиоканалов, а также демонстрация киноvideопродукции порнографического и специального сексуально-эротического характера, использование средства массовой информации в целях нарушения условий проведения предвыборной агитации, осуществления иностранцами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами и международными организациями деятельности, препятствующей и (или) способствующей выдвижению и избранию кандидатов, политических партий, выдвинувших партийный список, достижению определенного результата на выборах, проведения агитации в период ее запрещения, принуждения к участию или отказу от участия в забастовке, нарушения законодательства Республики Казахстан о порядке организации и проведения мирных собраний, митингов, шествий, пикетов и демонстраций, об авторском праве и смежных правах в сети Интернет, а также нарушение требований, предусмотренных статьей 3, пунктом 6 статьи 10, а также повторное нарушение в течение года требований статей 15 и 16 настоящего Закона.

4. Основаниями для прекращения выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации являются: пропаганда или агитация насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, пропаганда экстремизма или терроризма, публикация материалов и распространение информации, направленной на разжигание межнациональной и межконфессиональной вражды, а также неустранение причин приостановления выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации в установленный срок.

5. В случае приостановления либо прекращения выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации по решению собственника либо суда в уполномоченный орган направляется уведомление. Прекращение выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации влечет аннулирование свидетельства о постановке на учет.

### Глава 3. Распространение продукции средств массовой информации

#### Статья 14. Распространение продукции средства массовой информации

1. Распространение продукции средства массовой информации осуществляется по решению собственника им самим либо на договорных или иных законных основаниях редакцией, издателем, а также организациями или гражданами.

2. Розничная продажа периодических печатных изданий, публикующих материалы эротического характера, запрещается:

- 1) в нестационарных помещениях;
- 2) не в запечатанных прозрачных упаковках;
- 3) в помещениях и на территориях организаций образования, детских учреждений, культовых зданий (сооружений);
- 4) лицам, не достигшим восемнадцатилетнего возраста.

2-1. Субъекты до начала осуществления деятельности по распространению периодических печатных изданий, публикующих материалы эротического характера, обязаны уведомить об этом местный исполнительный орган области, города республиканского значения и столицы по месту осуществления деятельности в порядке, установленном Законом Республики Казахстан «Об административных процедурах».

Местные исполнительные органы областей, городов республиканского значения и столицы ведут реестр субъектов, уведомивших о начале распространения периодических печатных изданий, публикующих материалы эротического характера.

3. Реклама алкогольной продукции запрещается с 1 января 2004 года.

Реклама табака и табачных изделий запрещается.

3-1. Исключен в соответствии с Законом РК от 18.01.12 г. № 546-IV

4. Воспрепятствование осуществляемому на законных основаниях распространению продукции средства массовой информации со стороны физических или юридических лиц, а равно должностных лиц государственных органов, незаконная конфискация, а также уничтожение тиража или его части не допускаются, иначе как на основании вступившего в законную силу решения суда.

## Статья 15. Выходные данные

1. Каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

- 1) название средства массовой информации;
- 2) собственник средства массовой информации;
- 3) фамилия и инициалы главного редактора (редактора);
- 4) номер и дата свидетельства о постановке на учет и наименование выдавшего его органа;
- 5) периодичность издания;
- 6) порядковый номер и дата выхода в свет средства массовой информации;
- 7) тираж;
- 8) наименование типографии, ее адрес и адрес редакции.

2. При каждом выходе в эфир, а при непрерывном вещании - не реже четырех раз в сутки, средство массовой информации обязано объявлять свое наименование.

## Статья 16. Обязательные экземпляры периодических изданий и хранение материалов теле-, радиопрограмм

1. Обязательные бесплатные экземпляры периодических изданий, в том числе и освобожденных от постановки на учет в силу статьи 12 настоящего Закона, в день их изготовления направляются собственником средства массовой информации либо по его поручению третьим лицом в Национальную государственную книжную палату, Национальную библиотеку, библиотеку Парламента Республики Казахстан, в уполномоченный орган.

2. Редакции средств массовой информации (теле-, радиоканалов) обязаны в течение одного месяца сохранять записи собственных теле-, радиопрограмм, вышедших в эфир, а также фиксировать их в регистрационном журнале своей эфирной работы и хранить его не менее одного года с момента последней записи в нем. Записи, имеющие историческую или культурную ценность, сохраняются в порядке, определяемом уполномоченным органом.

## Глава 4. Отношение средств массовой информации с гражданами и организациями

### Статья 17. Авторские произведения и письма

1. Редакция, собственник интернет-ресурса обязаны соблюдать права на используемые объекты права интеллектуальной собственности, включая авторские, смежные и иные права на интеллектуальную собственность.



2. При публикации читательских писем допускаются сокращение и редактирование их текста, не искажающие смысла его содержания.
3. Никто не вправе обязать редакцию средства массовой информации обнародовать отклоненный ею материал, если иное не предусмотрено законом.

## Статья 18. Официальные сообщения

1. Официальные сообщения государственных органов размещаются в средства массовой информации в соответствии с законодательными актами Республики Казахстан.

2. Государственные органы обязаны на равных условиях предоставлять информацию в случае обращения представителям средств массовой информации, независимо от их форм собственности и принадлежности, за исключением той, которая составляет государственные секреты Республики Казахстан.

2-1. Запрашиваемую информацию государственные органы и иные организации обязаны

представить не позднее трех дней со дня поступления обращения либо дать ответ с указанием срока представления или мотива отказа. На обращение, требующее дополнительного изучения и проверки, ответ должен быть дан в срок не позднее одного месяца со дня его поступления. В случае поступления обращения от средства массовой информации в государственные органы или иные организации, в компетенцию которых не входит разрешение поставленных вопросов, в срок не позднее пяти дней данное обращение должно быть направлено в соответствующие органы с сообщением об этом средству массовой информации.

3. Отказ в предоставлении запрашиваемых сведений может быть обжалован представителем средства массовой информации вышестоящему органу или должностному лицу, либо в суде в порядке, предусмотренном законом для обжалования неправомερных действий органов государственного управления и должностных лиц, ущемляющих права граждан.

## Статья 19. Право на опровержение

1. Гражданин или юридическое лицо вправе требовать в судебном порядке опровержения

сведений, порочащих его честь, достоинство и деловую репутацию.

2. Если сведения, порочащие честь, достоинство и деловую репутацию гражданина или юридического лица распространены в средствах массовой информации они должны быть

бесплатно опровергнуты в тех же средствах массовой информации.

В случае, если указанные сведения содержатся в документе, исходящем от организации, такой документ подлежит замене или отзыву с обязательным сообщением адресатам о несоответствии действительности содержащихся в этом документе сведений. Порядок опровержения в иных случаях устанавливается судом.

3. Требование гражданина или юридического лица о публикации опровержения либо ответа в средстве массовой информации рассматривается судом в случае, если орган массовой информации отказал в такой публикации либо в течение месяца не произвел публикации, а также в случае его ликвидации.

4. Гражданин или юридическое лицо, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство и деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

## Глава 5. Права и обязанности журналиста

### Статья 20. Права журналиста

Журналист имеет право:

- 1) осуществлять поиск, запрашивать, получать и распространять информацию;
- 2) посещать государственные органы, организации всех форм собственности и быть принятым их должностными лицами в связи с осуществлением своих служебных обязанностей, присутствовать на всех мероприятиях, проводимых аккредитовавшим его органом, за исключением случаев, когда принято решение о проведении закрытого мероприятия;
- 3) производить записи, в том числе с использованием средств аудиовизуальной техники, кино- и фотосъемку, за исключением случаев, запрещенных законодательными актами Республики Казахстан;
- 4) присутствовать по предъявлению удостоверения журналиста в районе стихийных бедствий, на митингах и демонстрациях, а также при иных формах выражения общественных, групповых и личных интересов и протеста;
- 5) получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственные секреты;
- 6) проверять достоверность получаемой информации;
- 7) обращаться к специалистам при проверке полученных информационных материалов;
- 8) распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под условным именем (псевдонимом);

- 9) отказываться от публикации материала за своей подписью, если его содержание после редакционной правки противоречит личным убеждениям журналиста;
- 10) на сохранение тайны авторства и источников информации, за исключением случаев, когда эти тайны обнародуются по требованию суда.

#### Статья 21. Обязанности журналиста

Журналист обязан:

- 1) осуществлять программу деятельности средства массовой информации, с которым он состоит в договорных отношениях, руководствуясь законодательством Республики Казахстан;
- 2) не распространять информацию, не соответствующую действительности;
- 3) удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании их авторства;
- 4) уважать законные права и интересы физических и юридических лиц;
- 4-1) Исключен в соответствии с Законом РК от 06.02.09 г. № 123-IV
- 5) выполнять иные обязанности, возложенные на него в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

#### Глава 6. Аккредитация журналистов

##### Статья 22. Аккредитация журналистов

1. Средства массовой информации по согласованию с государственными органами, общественными объединениями и организациями могут аккредитовать при них своих журналистов.
2. Государственные органы, общественные объединения и организации, при которых аккредитован журналист, обязаны предварительно извещать его о заседаниях, совещаниях и иных мероприятиях, обеспечивать стенограммами, протоколами и иными документами.
3. Аккредитованный журналист имеет право присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых аккредитовавшими его государственными органами, общественными объединениями и организациями, за исключением случаев, когда приняты решения о проведении закрытого мероприятия.
4. Журналист может быть лишен аккредитации, если им нарушены правила аккредитации либо за распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих честь и достоинство аккредитовавших его государственных органов, общественных объединений и организаций.
5. Исключен в соответствии с Законом РК от 10.01.06 г. № 116-III

Статья 23. Аккредитация средств массовой информации Республики Казахстан за рубежом

Собственник средства массовой информации Республики Казахстан имеет право открывать корреспондентские пункты, аккредитовать журналистов в других странах в порядке, предусмотренном законодательством Республики Казахстан и страны пребывания, если иное не предусмотрено международными договорами.

Статья 24. Деятельность представителей иностранных средств массовой информации в Республике Казахстан

1. Аккредитация представительств иностранных средств массовой информации и их журналистов проводится Министерством иностранных дел Республики Казахстан.

2. Правовое положение и профессиональная деятельность аккредитованных в Республике Казахстан иностранных журналистов и других представителей иностранных средств массовой информации регулируются законодательством Республики Казахстан и международными договорами, ратифицированными Республикой Казахстан.

3. На распространение продукции иностранных средств массовой информации, нарушающей Конституцию Республики Казахстан и нормы настоящего Закона, в судебном порядке налагается запрет, а для иностранных средств массовой информации, являющихся интернет-ресурсами, приостановление доступа на указанные интернет-ресурсы на территории Республики Казахстан.

Глава 7. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации

Статья 25. Основания ответственности за нарушение законодательства о средствах массовой информации

1. Распространение не соответствующих действительности сведений, порочащих честь и достоинство гражданина или организации (государственного органа, общественного, творческого, научного, религиозного либо иного объединения граждан и юридических лиц), воздействие средствами массовой информации на суд влекут ответственность, предусмотренную законодательными актами Республики Казахстан.

2. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации несут виновные в этом должностные лица государственных органов и иных организаций, а также собственник, распространитель, главный редактор (редактор) средства массовой информации, авторы распространяемых сообщений и материалов.

2-1. Собственник, главный редактор (редактор) средства массовой информации несут установленную законодательными актами Республики Казахстан ответственность за распространение сообщений и материалов, содержащих пропаганду или агитацию насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики

Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства, культа жестокости, насилия и порнографии, независимо от источника их получения.

3. Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналиста влечет установленную законами Республики Казахстан ответственность.

Статья 26. Случаи освобождения от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности

Главный редактор (редактор), а равно журналист не несут ответственности за распространение в средстве массовой информации сведений, не соответствующих действительности:

1) если эти сведения содержались в официальных сообщениях и документах;

2) если они получены от рекламных и информационных агентств или пресс-служб государственных органов;

3) если они являются дословным воспроизведением официальных выступлений депутатов представительных органов, должностных лиц государственных органов, организаций и граждан;

4) если они содержались в авторских выступлениях, идущих в эфир без предварительной

записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с настоящим Законом;

5) если эти сведения содержались в обязательных в соответствии со статьей 18 настоящего Закона сообщениях.

**Закон Республики Казахстан от 10.07.2009 N 178-4 «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информационно-коммуникационных сетей»**

6. В Закон Республики Казахстан от 23 июля 1999 года «О средствах массовой информации» (Ведомости Парламента Республики Казахстан, 1999 г., N 21, ст. 771; 2001 г., N 10, ст. 122; 2003 г., N 24, ст. 175; 2005 г., N 13, ст. 53; 2006 г., N 1, ст. 5; N 3, ст. 22; N 12, ст. 77; 2007 г., N 12, ст. 88; 2009 г., N 2 — 3, ст.7):

1) в статье 1:

в подпункте 2) слова «WEB-сайты в общедоступных телекоммуникационных сетях (Интернет и другие)» заменить словами «интернет — ресурсы»;

в подпункте 6) слова «WEB-сайте в общедоступных телекоммуникационных сетях» заменить словами «интернет — ресурсе»;

подпункт 8) дополнить словами «и размещение информации на интернет — ресурсах»;

подпункт 15) исключить;

2) статью 2 дополнить пунктом 4 следующего содержания:

«4. Не допускается использование средства массовой информации в целях совершения административных правонарушений либо уголовно-наказуемых деяний.»;

3) в пункте 1 статьи 5 слова «WEB-сайты» заменить словами «интернет — ресурсы»;

## **Рекомендации представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, принятые на Амстердамской конференции по свободе массовой информации в Интернете**

### **А. Законодательство и юрисдикция**

- В основе всех законодательных норм, касающихся Интернета, должны лежать фундаментальные конституционные ценности, такие как свобода слова и ее толкование в судебной практике. Нестандартное и неограничительное регулирование должно при необходимости опираться на эти ценности. Новому законодательству следует ограничиваться теми случаями, когда его применение абсолютно неизбежно, и при этом предусматривать лишь минимальные ограничения в отношении свободы выражения мнения и прав пользователей.

- Интернет сам по себе не гарантирует свободу мнений и их выражения. Интернет – это в первую очередь технология, сеть, обеспечивающая связь. Государства и новые корпоративные владельцы порталов постоянно разрабатывают выходящие за рамки легитимности политические меры и технологии осуществления контроля. Свобода выражения мнения в Интернете должна охраняться, как и везде, нормами права, а не обеспечиваться за счет саморегулирования или кодексов поведения. Недопустимы предварительная цензура, произвольный контроль или необоснованные ограничения контента, передачи и распространения информации.

Необходима защита плюрализма источников информации и средств ее распространения, в том числе многообразия систем поиска информации.

- Присутствие средств массовой информации в Интернете включает веб\*сайты традиционных СМИ, но там также существуют и веб\*сайты индивидуальных «настольных» издателей, сообщающих информацию или выражающих свои взгляды на личных веб\*сайтах. У некоторых из них много читателей, у других – мало. Но, говоря о гарантиях свободы массовой информации, мы должны четко понимать, что речь идет не только о свободе традиционных СМИ, но и о праве обыкновенного гражданина свободно

высказывать свои взгляды с помощью собственного веб\*сайта.

- Весь контент в Интернете должен регулироваться законодательством страны его происхождения («правило загрузки»). Любое законодательство, возлагающее ответственность за контент – куда бы он ни перекачивался – на автора или издателя, является чрезмерным ограничением свободы выражения мнений.

- Большая часть регулирующих Интернет законодательных актов касается Всемирной паутины (WWW). Необходимо четко осознавать негативные последствия, которые это может иметь для различных систем связи, связанных с Интернетом, например чат\*форумов, протоколов передачи

файлов (ftp) или сетей с равноправными узлами, дискуссионных групп Usenet, потоков аудио\* и видеоданных (в том числе прямой передачи звука и изображения) и, наконец, вездесущей электронной почты. Контент Всемирной паутины – это только часть информационных ресурсов Интернета, и для различных уровней коммуникации необходимо соблюдение различных уровней конфиденциальности. Провайдер не должен привлекаться к ответственности просто за передачу или размещение контента.

- Поисковые системы воплощают основную идею Интернета как средства глобального доступа и возможности подключения к контенту. Фильтрация или ограничение поиска будут противоречить их основному предназначению, которое состоит в предоставлении всесторонних и надежных результатов. Автоматизированные поисковые системы не должны фильтровать данные или нести ответственность за контент полученных ими результатов.

V. Саморегулирование, совместное регулирование, государственное регулирование

Регулирование

- Регулирование Интернета должно ограничиваться теми областями, где оно неизбежно. Предпочтительно, чтобы Интернет рассматривался как пространство, которое лучше всего работает автономно, без какого\*либо вмешательства. Если регулирование представляется неизбежным, его следует применять в соответствии с принципом субсидиарности, который означает, что регулирование должно быть максимально приближено к источнику проблем – с точки зрения как географического положения, так и компетенции. Внутри регулирующих и осуществляющих совместное регулирование органов должны соблюдаться прозрачность, подотчетность и право на обжалование, по крайней мере в той же степени, как и в случае традиционных СМИ.

- Пользователи Интернета установили определенные правила и модели поведения. Первым неформальным кодексом поведения, разработанным не законодателями или представителями отрасли, а пользователями, которые хотели сами цивилизованно использовать Сеть, был Нетикет («сетевой этикет»). Эту логику нужно развивать и популяризировать среди всех пользователей. Ее модель также должна применяться при разработке других форм регулирования.

- При создании структур или институтов регулирования Интернета следует привлекать к управлению многие заинтересованные стороны – «управляющих», принадлежащих к различным сегментам общества, регионам, разной половой принадлежности, представителей правительств, НПО, отрасли, пользователей и граждан и



т. д. Нельзя допускать доминирования какого\*либо сектора, а общая стратегия должна строиться на компромиссе.

Саморегулирование

- Защита ценностей свободы выражения мнений обязана стать приоритетом глобальной государственной политики.

В основе Интернета лежат технические разработки, характер которых определяется не органами власти или управления, а прежде всего компаниями, производящими аппаратные средства и программное обеспечение. Архитектура Всемирной паутины должна отражать такие ценности, как гласность, содействие развитию и распространению знаний, а также легкость доступа. Она должна также способствовать укреплению прав на свободное пользование интеллектуальной собственностью, являющейся всеобщим достоянием, и защищать свободное копирование программ. Защита этих принципов и повышение способности противостоять любым тенденциям, способным привести к монополизации Интернета, – главная задача любых мер по его регулированию.

- Интернету угрожают не просто определенные действия со стороны государства – он подвергается опасности «приватизации управления». Это происходит, когда несколько действующих в отрасли структур становятся настолько влиятельными, что могут взять в свои руки процесс регулирования и устанавливать правила. Многообразие и плюрализм относятся не только к контенту Интернета – эти ценности имеют решающее значение при выборе регулирующих органов.

- Между отраслевым «саморегулированием» и свободой выражения мнений существуют сложные противоречивые взаимоотношения. Саморегулирования следует избегать, так как оно имеет тенденцию к непрозрачности и создает угрозу использования его в тайных коммерческих целях. Поскольку учреждения саморегулирования не являются государственными органами, уровень их ответственности может быть занижен, а защита предусмотренных законом фундаментальных прав ослаблена.

- Частные организации не должны решать вопросы о законности или незаконности контента – это функция судов с прозрачными механизмами апелляции и привлечения к ответственности. Право на «возвращение на место» контента после его устранения частными организациями должно рассматриваться как вопрос политический.

Системы регулирования

- Системы регулирования должны пользоваться доверием общества. Необходимо проводить широкие консультации, где все заинтересованные стороны участвуют в разработке и реализации таких систем. Функционирование систем и контроль за ними следует по возможности отделить от учреждений отрасли.

- Системы регулирования должны опираться на четкое и понятное определение принципов и поддающихся измерению норм – обычно в форме правил, – обращенных к реальному потребителю и учитывающих обеспокоенность пользователей. Эти цели определяют основания для вмешательства и ожидаемые результаты. Системы следует широко популяризировать, а разъяснительную и информационную работу максимально направлять на пользователей и издателей. Системы нужно подвергать регулярному пересмотру и обновлению в свете изменений текущей ситуации и прогнозов на будущее.

Фильтрация, маркирование и блокирование

- В современном демократическом гражданском обществе граждане должны иметь возможность самостоятельно решать, к чему они хотят иметь доступ в Интернете. Право распространения и получения информации – одно из основных прав человека. Принудительное введение государством механизмов фильтрации, присвоения меток или блокирования контента недопустимо.

- В отличие от телевидения, использование систем фильтрации контента на основе присвоения разряда не имеет будущего. Маловероятно, что в долгосрочной перспективе

предлагаемые меры такого рода обеспечат безопасную интернет\*среду, поскольку присвоение категории и классификация всей информации в интернет\*пространстве практически неосуществимы. Даже в случае применения к Всемирной паутине технологий фильтрации не ясно, какого рода контент собираются оценивать регулирующие органы. В большинстве случаев выбранная для этих целей категория контента не является незаконной и остается в рамках права. В то же время присвоение контенту категории само по себе представляет угрозу для свободы выражения мнения в Интернете.

- Фильтрация и блокирование программ на семейном уровне дают желаемые результаты, только если родители обсуждают характер контента с детьми и регулярно обновляют программы\*фильтры. В противном случае фильтрация проблему не решает.

- Другая негативная сторона использования таких технологий состоит в том, что эти системы имеют свои недостатки и, как правило, приводят к блокированию социально полезных сайтов и информации. Изначально пропагандировавшиеся как техническая альтернатива, которая будет препятствовать введению национального законодательства, регулирующего свободу слова в Интернете, системы фильтрации и классификации продемонстрировали, что сами представляют значительную угрозу для свободы выражения мнения.

Внимательно изучив эти системы, следует рассматривать их более реалистично – как фундаментальные архитектурные изменения, гораздо

больше способствующие подавлению свободы слова, чем это сделало бы национальное законодательство.

- Системы классификации и фильтрации с возможностью блокирования контента позволяют осуществлять предварительную цензуру, а репрессивным режимам – блокировать контент или вводить обязательное использование таких средств.

Законы и другие меры запрета на высказывания, мотивируемые идеями расизма, ксенофобии, антисемитизма или другими подобными предубеждениями, могут носить дискриминационный или избирательный характер либо использоваться с целью заставить замолчать оппонентов власти и для подавления политического инакомыслия. Если передать функции классификации контента третьим сторонам, это поставит под угрозу свободу слова. Кроме того, поскольку на данный момент существует слишком мало видов программ классификаторов для третьей стороны, возрастает возможность произвольной цензуры.

### С. Язык ненависти в Интернете

- Любое определение языка ненависти должно быть точно сформулировано. Необходимо уточнить и разграничить разные виды контента (например, язык ненависти и детскую порнографию). Четкое определение языка ненависти – необходимое условие дальнейшего обсуждения этой связанной с Интернетом проблемы. Как минимум, крайне важно, чтобы ограничения свободы высказываний, когда они должны вводиться, были четко и ясно определены и не создавали угрозы для запрета высказываний, находящихся в рамках законности.

- Не следует путать слова и действия. Необходимо четкое разграничение между тем, что люди говорят и думают, с одной стороны, и тем, что они делают, – с другой. Мы сможем иметь справедливую правовую систему, только когда будем подходить к отдельным лицам как к разумным субъектам права, которые за свои слова несут ответственность сами, а не какая-то третья сторона.

- Невозможно выработать четкую политику, исходя из отдельных случаев крайних проявлений. Вместо этого в основе принятия любых решений должны лежать анализ и мониторинг.

Безусловно, в Интернете присутствуют вызывающие тревогу материалы. Однако тот факт, что они существуют в Сети, еще не говорит о том, насколько широка их аудитория или насколько распространены подобные мнения. Необходимо понимать, что некоторые сайты ненависти просто слишком малы и незначительны, чтобы их преследовать. Они на самом деле обречены на забвение, несмотря на то что теоретически доступны многим.

- Поскольку Интернет – это высокотехнологичная среда, многие битвы здесь можно выиграть техническими средствами. Примером служат

добровольные отказы от ответственности в отношении результатов, найденных поисковой системой, или установление гарантированных ссылок на значимые ключевые слова, что было продемонстрировано на парижской встрече ОБСЕ, посвященной вопросам взаимосвязи между пропагандой расизма, ксенофобии и антисемитизма в Интернете и преступлениями на почве ненависти, состоявшейся в июне 2004 года.

- Обществу, уверенному в своих ценностях и идеалах, не стоит опасаться инакомыслия, даже если эти взгляды кажутся абсолютно неприемлемыми. Попытки правительств пода\*

вить обмен мнениями и свободный поток информации при состязании идей должны активно пресекаться. Никогда прежде не существовало доступа к столь обширной информации путем простого нажатия клавиши; никогда прежде люди во всем мире не могли так легко общаться между собой; никогда прежде граждане не имели такой возможности участвовать в общественных дискуссиях и быть услышанными. Вместо того чтобы искать способы цензурирования разжигающих ненависть высказываний, мы должны направить усилия на то, чтобы противопоставить им больше положительных идей. В борьбе с нетерпимостью невозможно победить государственным регулированием или одними законодательными мерами. Напротив, победа или поражение в ней будет определяться состязанием идей.

#### D. Просвещение и повышение уровня интернет-грамотности

##### Личная и родительская ответственность

- Родители и другие взрослые не должны оставлять без внимания доступ детей в Интернет. Взрослые должны ответственно подходить к тому, как дети используют Интернет, не полагаясь на технические средства, которые не решают в полной мере проблемы, связанной с контентом. Родители и учителя, а также все, кто отвечает за доступ детей в Интернет, нуждаются в специальной подготовке.

- В мире безграничных средств распространения информации – видеомagneтофонов, DVD-плееров, спутникового телевидения – дети и молодежь имеют все более широкий доступ к продукции СМИ, поступающей из любой точки мира.

Для защиты детей уже недостаточно существующих систем присвоения категорий и классификации, законодательных норм и отраслевых кодов. После появления цифровых

СМИ ответственность перекладывается с органов законодательного регулирования на отдельную семью. В основе функционирования Интернета лежит не цензура или контроль, а принцип ответственного принятия решений и сознательного риска, и эти навыки необходимо развивать у молодежи.

- Библиотекарям и учителям следует занять активную позицию по вопросу доступа в Интернет, предоставляемого в публичных библиотеках и школах. Никакие регулятивные меры, направленные на защиту определенной группы людей, например детей, не должны принимать форму безусловного и абсолютного запрета на использование Интернета в целях распространения контента, свободно доступного взрослым через другие СМИ.
- При рассмотрении вопросов регулирования, акцентирующего инициативы саморегулирования или совместного регулирования, «само» подразумевает отдельных индивидов, а не саморегулирование сектора Интернета без участия физических лиц и пользователей. Следует уделять больше внимания пропаганде Сети как позитивного и полезного средства распространения информации.

#### Медиаграмотность

- Медиаграмотность – необходимое дополнение традиционной грамотности. Сегодня молодежь должна уметь читать, понимать и критически осмысливать информацию в любой форме, в том числе получаемую через СМИ. Медиаграмотность предполагает анализ, оценку, создание и критический подход к продукции СМИ при акценте на позитивных и творческих аспектах СМИ и массовой культуры.
- Исследования играют важнейшую роль в понимании того, как под влиянием технологий коренным образом изменяется жизнь молодых людей. Исследования требуют наличия государственной политики в отношении Интернета и гибкой стратегии государственной системы образования в области использования Интернета. Необходимы меры по укреплению сотрудничества стран ОБСЕ в этой сфере.
- Необходимо побуждать заинтересованных лиц в органах государственной власти и в учреждениях отрасли оказывать поддержку инициативам по просвещению родителей и других взрослых не только в отношении потенциальных рисков, связанных с Интернетом, но также в отношении предоставляемых им возможностей и ресурсов. Эта поддержка может выражаться в информации, передаваемой самими разными СМИ, включая рекламу на радио и телевидении, в прессе и Интернете, плакаты и брошюры, а также онлайн-ресурсы, предназначенные для родителей.

#### Подготовка журналистов

- Учебных курсов для журналистов, в которых большое место отводилось бы роли Интернета в журналистике, все еще недостаточно. Подготовка журналистов нуждается в совершенствовании; она должна обеспечивать

приобретение более конкретных знаний и профессиональных навыков работы в Интернете.

- Одной из главных целей местных СМИ в странах – членах ОБСЕ является повышение интернет-грамотности среди журналистов, говорящих на языке данной местности. Журналисты, владеющие английским языком, имеют явное преимущество перед коллегами в использовании Интернета, в то время как те, кто не владеет английским, имеют ограниченные возможности для получения профессиональных навыков работы в Интернете из-за отсутствия специальных курсов и учебных программ на местных языках. Наблюдается также недостаток онлайн-информации на местных языках. Необходима организация в онлайн-режиме специальных курсов по использованию Интернета, а также изучения иностранных языков.

## Е. Доступ к сетям и информации

### Свобода информации

- Правительства должны шире предоставлять информацию в онлайн-режиме. Это обеспечит расширение гласности и позволит каждому гражданину получать информацию

на любом компьютере, подключенном к сети Интернет. Правительствам и межправительственным организациям следует оказывать содействие распространению официальной информации в онлайн-режиме. Необходимо осуществлять проекты, способствующие расширению свободы граждан в получении и распространении онлайн-информации о деятельности правительства и государственных органов.

- Всеобщий доступ к информации и знаниям, особенно к информации, являющейся общим достоянием, служит необходимым условием широкого участия населения в процессах развития и в управлении обществом. Всеобщий доступ к качественному образованию является одним из основных прав человека и важным условием развития необходимых навыков и наращивания потенциала для содействия развитию, прогрессу и укреплению социального мира во всех обществах. ИКТ обеспечивают колоссальные возможности расширения доступа к образованию и информации.

### Доступ к сетям

- Всеобщий доступ к коммуникационным услугам и сетям имеет существенное значение в реализации прав на обмен информацией, но не может быть обеспечен в обозримом будущем только за счет домашнего доступа в Интернет. Доступ для всех к глобальной коммуникационной среде требует капиталовложений в создание центров общего доступа и в традиционные коммуникационные технологии, такие как общественное

радио и телевидение. Один из подходов предполагает государственные инвестиции в средства связи. Следует поощрять и поддерживать местные инициативы, в том числе правовые и/или нормативные реформы там, где существуют законодательные или нормативные барьеры.

- Государства – участники ОБСЕ должны стремиться к более широкому охвату киберпространства, принимая меры по расширению доступа в Интернет дома и в школе. Они так же должны осуществлять политику, направленную на обеспечение функционирования Интернета как открытого публичного форума для высказывания любых мнений. С этой целью необходимо свести к минимуму государственное регулирование и обеспечить уважение основополагающих свобод – свободы слова, выражения мнений и печати.
- Другим неперенным условием является значительное улучшение электроснабжения там, где это необходимо, – в странах региона ОБСЕ.

#### Г. Будущие задачи информационного общества

- Доступ к информации общего пользования стремительно демократизируется. Интернет, например, намного облегчил для единомышленников возможность встречаться, объединять усилия и собирать средства в поддержку своих политических убеждений. Принцип свободы слова должен применяться не только к традиционным, но и к новым СМИ, в том числе к Интернету. Это основополагающий тезис общества, основанного на знаниях, изложенный в статье 19 Всеобщей декларации прав человека. Важно, чтобы продолжалась мобилизация усилий в целях содействия свободе выражения убеждений и вытекающей из нее свободе печати как одного из основных прав, без которых невозможно осуществление демократии. Свобода выражения убеждений – главный путь развития творческого, новаторского и критического подхода. Природа общества, основанного на знаниях, должна восприниматься как многосторонняя, меняющаяся и предполагающая свободный выбор, и неотъемлемой составляющей такого видения является свобода выражения убеждений.

- Право на неприкосновенность частной жизни сталкивается с новыми проблемами и нуждается в защите. Каждый человек должен иметь право свободно решать, хочет ли он или она получать информацию либо общаться с другими людьми и в какой форме, включая право на анонимное общение.

Сбор, сохранение, обработка, использование и разглашение личных данных следует оставить под контролем данного лица. Полномочия частного сектора и властей на доступ к личным данным связаны с риском нарушения права на неприкосновенность частной жизни и должны сохраняться в минимальных допустимых законом пределах под контролем

общества. Следует поддерживать методы кодирования и исследования в этой области.

- Интернет обеспечивает колоссальные возможности для обмена и создания общего банка знаний, но этот потенциал все в большей степени сдерживается мерами по усилению режимов собственности на частную информацию в интернет-среде. Международные нормативные инструменты, регулирующие авторское право, патенты и торговые знаки, должны подвергнуться серьезному пересмотру. Стоит задача содействия развитию глобальных знаний и защиты прав на доступ к информации, а также на ее творческое переосмысление и адаптацию, что, в свою очередь, должно ускорить социально-экономический эффект от находящейся в свободном доступе информации.



## **Десять принципов управления Интернетом**

1. Права человека, демократия и верховенство права. Меры по управлению Интернетом должны обеспечивать защиту всех основных прав и свобод и утверждать их универсальный характер, неделимость, взаимозависимость и взаимосвязи в соответствии с международным правом в области прав человека.

2. Управление множественными участниками. Развитие и соблюдение мер по управлению Интернетом должно обеспечиваться открытым, полновесным, транспарентным и подотчётным участием органов государственной власти, частного сектора, гражданского общества, технологического сообщества и пользователей, учитывая их конкретные роли и сферы ответственности. Развитие международной публичной политики, связанной с Интернетом, и мер по управлению Интернетом должно обеспечивать полное и равное участие всех заинтересованных сторон из всех стран.

3. Ответственность государств. Государства имеют права и обязанности в отношении международной публичной политики, связанной с вопросами Интернета. При осуществлении своих суверенных прав государства должны, при соблюдении международного права, воздерживаться от любых действий, которые могли бы прямо или косвенно нанести ущерб лицам или органам, находящимся вне их юрисдикции.

Кроме того, любое внутригосударственное решение или действие, ведущее к ограничению основных прав и свобод, должно соответствовать международным обязательствам.

4. Расширение возможностей интернет-пользователей. Для осуществления своих основных прав и свобод пользователи должны в полной мере иметь возможность принимать основанные на знании решения и участвовать в мерах по управлению Интернетом на основе полного доверия и свободы в режиме "офлайн", независимо от границ. В контексте Совета Европы эта защита должна быть обеспечена в соответствии со статьей 10 Конвенции и соответствующей прецедентной практикой Европейского суда по правам человека:

5. Универсальный характер Интернета. Политика, связанная с Интернетом, должна опираться на признание глобального характера Интернета и цели всеобщего доступа. Такая политика не должна отрицательным образом сказываться на беспрепятственном потоке трансграничного интернет-трафика.

6. Целостность Интернета. Безопасность, стабильность, надежность и устойчивость Интернета, а также его возможность развиваться, должны быть основными целями управления Интернетом.

7. Децентрализованное управление. Следует сохранять децентрализованный характер ответственности за повседневное управление Интернетом, соблюдая транспарентность решений и подотчетность международному сообществу.

8. Принципы архитектуры. Необходимо сохранять открытые стандарты и оперативную совместимость сетей Интернета, присущий ему характер непрерываемой цепи. Не должно быть необоснованных препятствий для присоединения новых пользователей или препон внедрению инновационных технологий и услуг.

9. Открытая сеть. Пользователи должны иметь максимально широкий доступ к интернет-контенту и услугам, как бесплатным, так и платным, используя при этом соответствующие устройства по своему выбору.

10. Культурное и лингвистическое многообразие. Сохранение культурного и лингвистического многообразия и расширение местного контента, независимо от языка или алфавита, должны быть основными целями политики, связанной с Интернетом, и международного сотрудничества.

## **Из Руководства Би-би-си по использованию материалов из социальных сетей**

**7.4.8** Несмотря на то, что материал, особенно фотографии и видео, на страницах третьих сторон в социальных сетях и на других веб-сайтах, на которые публика может получить свободный доступ, может считаться размещенным в открытом доступе, ее дальнейшее использование Би-би-си обычно приводит к ознакомлению с ней гораздо более широкой аудитории. Мы должны учитывать воздействие нашего дальнейшего использования, особенно когда это происходит в связи с трагическими или тревожными событиями. Также надо учитывать соображения, связанные с авторским правом.

### **Рекомендация: Краткое описание основных положений**

- Не исходите из того, что фотографии из Интернета показывают те вещи или тех людей, которых имеют в виду авторы – проверяйте их, чтобы удостовериться в их достоверности.
- Доступность фотографий в социальных сетях или на личных веб-сайтах не отменяет нашу обязанность по учету чувствительности их использования, с их соотношением с общественными интересами, которым могут служить эти фотографии.
- Каким было первоначальное намерение публикации? Публикация фотографии на личном веб-сайте или в социальных сетях не всегда означает, что владелец этой фотографии намеревался предоставить ее для использования в любых целях и при любых обстоятельствах – или понимал, что это возможно.
- Действительно ли люди, изображенные на фотографии, в явной форме или подразумеваемым образом согласились на ее публикацию и на ее общедоступность в Интернете?
- Мы обязаны учитывать то воздействие, которое дальнейшее использование фотографии нами с ее представлением гораздо более широкой аудитории может оказать на людей, изображенных на ней, на их родных и друзей – особенно если они испытывают горе или тревогу.
- Мы должны позаботиться о том, чтобы фотографии, взятые из социальных сетей и личных веб-сайтов, не получили другое, возможно, неверное значение или не привели бы к необоснованным предположениям при их переносе с этих веб-сайтов и демонстрации в контексте определенной новостной статьи.
- Когда фотографии или видео показывают незаконную / антисоциальную деятельность, мы должны избегать того, чтобы стать трибуной, с которой могут выступать нарушители закона.
- Повторное использование материала из Интернета может привести к возникновению правовых вопросов, связанных с конфиденциальностью и авторским правом. Консультации можно получить у юристов Би-би-си.

Источник: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>

## **РЕКОМЕНДАЦИИ**

1. Рекомендуется иметь только одну страницу в каждой социальной сети, на которой вы должны указать, что вы журналист и СМИ, в котором вы работаете.
2. Не указывайте свою политическую принадлежность в личных данных и не размещайте материал, выражающий политические взгляды или взгляды, которые могут скомпрометировать независимость редакции.
3. Не размещайте оскорбительные комментарии и исходите из того, что размещенный вами материал всегда будет виден тому, кого вы комментируете.
4. Адаптируйте свои настройки конфиденциальности таким образом, чтобы четко указать, какую информацию вы готовы предоставлять и кому, но помните, что в Интернете практически нет действительно конфиденциальной информации.
5. Не выкладывайте новости в социальных сетях. Какая-то информация может быть захватывающей и достаточно срочной для того, чтобы считать ее экстренной новостью, но журналисты должны применять свое суждение о новостях и консультироваться со своими редакторами до размещения эксклюзивного контента в социальных сетях.
6. Проверяйте источники. В социальных сетях бывает трудно проверить личность человека, но источники всегда необходимо исследовать.
7. Никогда нельзя просто брать цитаты, фотографии или видео из социальных сетей, указывайте в описании или на ленте, где вы нашли этот материал.
8. Следите за ответами и жалобами и сообщайте о них своему редактору. Сообщения в социальных сетях могут казаться частным разговором, но при возникновении противоречий лучше всего на них ответит редактор.

## **Руководство газеты «Вашингтон пост» по публикации материалов в цифровом формате. Контент третьих лиц**

Мы должны исходить из того, что мы несем ответственность перед нашей аудиторией

за контент третьих лиц на сайте [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com), независимо от того, включен ли он в наши материалы, скопирован в них или просто перефразирован. Поэтому следуйте правилам, основанным на здравом смысле: Не размещайте видео без предварительного просмотра всего клипа. Точно узнайте, что сказано в отрывке текста на иностранном языке до использования его в качестве цитаты. Просмотрите всю веб-страницу, ссылку на которую вы даете, прежде чем давать такую ссылку, чтобы удостовериться в адекватности других заголовков и размещенных материалов, боковых модулей или рекламы.

Если контент, на который мы даем ссылку – или другая часть такой веб-страницы – не соответствуют нашим стандартам в отношении потенциально оскорбительного материала, такая ссылка все же может быть дана с учетом ценности включенной в нее информации. Однако мы должны уведомить пользователей, что они увидят, до того как они щелкнут мышью по ссылке. (Например: «Предупреждение: Некоторые фотографии на этом сайте содержат изображение боевых действий».)

### **Указание авторства**

При размещении ссылки, включении, добавлении или просто указании на контент, не принадлежащий «Вашингтон пост», на сайте [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com) необходимо помнить о первом и главном правиле, которое является перефразированным вариантом «золотого правила»: используйте контент и указывайте его происхождение таким же образом, как вы хотели бы, чтобы другие сайты использовали контент «Вашингтон пост» и указывали его происхождение. Неправильное использование контента, не принадлежащего «Вашингтон пост», может нанести серьезный ущерб нашей репутации и привести к тому, что мы будем привлечены к ответственности.

Само собой разумеется, что в любой части сайта [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com), дополненной контентом третьих лиц, необходимо давать ссылку на его источник. Это дает нашим пользователям важную информацию, делает нас более прозрачными и позволяет надлежащим образом указать заслуги других СМИ.

Мы должны указывать такие заслуги каждый раз, когда включаем, цитируем или перефразируем произведения других лиц на нашем сайте – независимо от платформы, использованной третьим лицом (печатные СМИ, блог, Twitter и т.д.). Мы должны отдавать им должное как путем указания наименования источника контента, так и с помощью размещения ссылки на конкретную часть контента, при наличии такой возможности.

Когда о новости сообщают многие источники, мы должны давать ссылку и указывать первоначальный источник, когда его можно определить.

### **Использование стороннего материала, защищенного авторским правом**

Законодательство об авторском праве защищает любое оригинальное выражение мнения, которое зафиксировано каким-либо образом, например, текст, звуковую запись или видеозапись. Факты не могут быть защищены авторским правом. Идеи не могут быть защищены авторским правом. Однако первоначальное выражение идеи защищается авторским правом сразу же после его фиксации. При получении авторского права на какую-либо работу, она защищается от несанкционированного копирования, представления или использования в производной работе. Создатель контента не обязан регистрировать свою работу в Бюро регистрации авторских прав США или включать уведомление о защите авторским правом для того, чтобы обеспечить такую защиту своей работы. Срок действия авторского права может быть очень длительным. Он может составлять более 100 лет до того, как работа будет считаться общественным достоянием.

При определении того, можно ли использовать сторонний контент, в первую очередь необходимо ответить на вопрос о том, защищен ли он авторским правом. Возможно, это именно так. Нам следует исходить из того, что работа защищена авторским правом, если только она не является произведением федерального правительства или если она действительно не создана очень-очень давно, и в таком случае могла стать общественным достоянием. Вам следует проконсультироваться с юридическим отделом, если вы не уверены в том, защищен ли определенный контент авторским правом.

Мы можем использовать контент, защищенный авторским правом, если получим разрешение на это или если мы гарантируем его «добросовестное использование». Разрешение можно получить непосредственно у владельца авторского права в письменной или устной форме. Разрешение также может быть предоставлено на основании условий использования, опубликованных на веб-сайте создателя контента. Например, на веб-сайте третьего лица может быть размещено предусмотренное законом уведомление, которое дает пользователям разрешение на копирование или последующее распространение контента, при условии указания его источника.

Разрешение также может подразумеваться (или не подразумеваться) из контекста, в котором размещена эта работа (например, информационная подборка для прессы).

Вот некоторые распространенные ошибочные представления о законе об авторском праве:

- *«Раз я нашел это в сети, значит, это можно использовать»*. Напротив, было множество судебных исков в связи с использованием текстов и изображений, взятых с веб-сайтов.

- *«Я нашел это на сайте с пользовательским контентом, значит это можно использовать»*. Необязательно так. Например, лицензия Creative Commons не гарантирует, что мы можем использовать изображение на своем веб-сайте без разрешения. Если вы не уверены в происхождении фотографии, проконсультируйтесь с редактором по иллюстрациям. Мы должны быть особенно осторожны с фотографиями следующего типа, и обращаться за консультацией к специалисту до их публикации:

- Профессиональный спорт / спортивные события.
- Фотографии из Белого дома.
- Рекламные фотографии знаменитых людей.
- Логотипы компаний.
- Графические изображения с обнаженным телом, насилием или другим потенциально оскорбительным контентом.

Следующие лицензии Creative Commons, однако, в настоящее время разрешают публикацию на коммерческих сайтах:

«Общественное достояние».

- «Лицензия Creative Commons, с указанием авторства».
- «Лицензия Creative Commons, с указанием авторства с участием на равных правах».
- «Лицензия Creative Commons, с указанием авторства без права на производные работы».

Необходимо ознакомиться с условиями этих лицензий до публикации конкретного изображения, чтобы удостовериться, что они не изменились с момента публикации настоящего руководства. Если у вас возникает вопрос в отношении того, можем ли мы опубликовать определенный элемент пользовательского контента, вам следует проконсультироваться с юридическим отделом.

- *«Четко указан источник фотографии [или иного контента], значит, вопросов с авторским правом не возникает»*. Это не так. Четкое и ясное указание на лицо, которое создало данный контент, не дает правовой защиты использования такого контента без разрешения. Как указывает Бюро регистрации авторских прав США: «Указание на источник материала, защищенного авторским правом, не заменяет собой получение разрешения».

- *«Я использовал менее 30 секунд этого видео» или «Я использовал менее 250 слов»*. Неверно. Не существует правила использования 30 секунд или 250 слов или какого-либо другого четкого правила о том, что

представляет собой «добросовестное использование» контента, защищенного авторским правом.

- «Материал является общественным достоянием». Если речь не идет о работе федерального правительства или о работе, созданной действительно очень-очень давно, то она, возможно, не является общественным достоянием.

Вы обязательно должны немедленно уведомить юридический отдел и редактора, если кто-то заявляет, что мы неправомерно используем чей-то контент.

Источник: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/third-party-content.html>

#### Рейтинг Freedom House

|    |                               |    |           |
|----|-------------------------------|----|-----------|
| 1  | Исландия [4]                  | 6  | свободный |
| 2  | Эстония [5]                   | 9  | свободный |
| 3  | Германия [6]                  | 17 | свободный |
| 4  | Соединенные Штаты Америки [7] | 17 | свободный |
| 5  | Австралия [8]                 | 18 | свободный |
| 6  | Франция [9]                   | 20 | свободный |
| 7  | Япония [10]                   | 22 | свободный |
| 8  | Венгрия [11]                  | 23 | свободный |
| 9  | Италия [12]                   | 23 | свободный |
| 10 | Великобритания [13]           | 24 | свободный |

|    |                |    |                    |
|----|----------------|----|--------------------|
| 40 | Венесуэла [43] | 53 | частично свободный |
| 41 | Россия [44]    | 54 | частично свободный |
| 42 | Зимбабве [45]  | 54 | частично свободный |
| 43 | Шри-Ланка [46] | 58 | частично свободный |
| 44 | Казахстан [47] | 59 | частично свободный |
| 45 | Египет [48]    | 60 | частично свободный |
| 46 | Таиланд [49]   | 60 | частично свободный |
| 47 | Мьянма [50]    | 62 | несвободный        |
| 48 | Судан [51]     | 63 | несвободный        |