

# ДЕОНТОЛОГИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

В Российской Федерации работа не только журналистов, но также представителей других профессий, которые сотрудниками СМИ не являются, но в обязанности которых входит создание и распространение контента, регулируется властями посредством правовых норм; обществом и профессиональным сообществом – с помощью этических норм либо редакционных стандартов; частным корпорациями – правилами пользования теми или иными социальными сетями, информационными сервисами.

Важной составляющей профессионализма копирайтеров и коммерческих редакторов, сотрудников рекламных и PR-агентств, блогеров и SMM-специалистов, контент- и трафик-менеджеров, продюсеров мультимедийных проектов и специалистов по визуальной коммуникации, видеографов является понимание правовых, этических и внутрикорпоративных норм поведения в медиасфере – в том числе закона о СМИ, IV части Гражданского кодекса РФ, УК РФ и КоАП РФ, закона о рекламе, этических кодексов, редакционных стандартов, правил пользования соцсетями и пр.; а также понимание социальной ответственности при работе с контентом.

Курс «Деонтология медиакоммуникаций» призван дать специалисту в сфере медиакоммуникаций понимание о должном поведении (с правовой и этической точек зрения) в его взаимоотношениях с аудиторией, коллегами и представителями власти; сформировать понимание о долге и должном в профессии, базирующихся на этических и правовых принципах; понимание сути законодательства об интеллектуальной собственности и информационного права в деонтологическом аспекте, а также об этических принципах работы с информацией; рассказать о правах и обязанностях коммуникатора и коммуниканта; о правовом и этическом регулировании использования контента в медиасреде.

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

Объектами изучения в рамках курса являются медиаэтические стандарты и медиаправо как одни из основных регуляторов функционирования медиасистем. Изучаются, в частности, этические стандарты в сфере медиа; редакционные стандарты крупнейших СМИ; пользовательские соглашения основных социальных сетей, закон РФ «О средствах массовой информации», федеральные законы «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и «О рекламе», положения УК РФ и КоАП; главы 69-71 IV части ГК РФ.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).  
Отчетность - зачёт.

№ п/п	Раздел дисциплины	Формы текущего контроля успеваемости
1.	Введение в деонтологию медиакоммуникаций: цели и содержание курса, терминология и обзор литературы	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
2.	Законодательство о массовой информации, редакционные стандарты и этические	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ

	<p>медиакодексы: история, развитие, современность</p> <p>Журналист как один из субъектов медиакommunikаций.</p> <p>Социальная ответственность медиакоммуникатора</p>	
3.	<p>Государственная политика в области медиа, саморегулирование и сорегулирование.</p> <p>Медиа, власть и гражданское общество – правовые и этические аспекты</p> <p>Право на информацию, методы ее получения и ограничения в доступе к ней.</p> <p>Взаимоотношения с источником информации: правовой и этический аспекты</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
4.	<p>Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.</p> <p>Границы свободы при создании и распространении медиаконтента: ценностные ориентиры.</p> <p>Журналист/медиакоммуникатор и аудитория - этический аспект.</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
5.	<p>Диффамация, клевета и фейки. Кликбейт.</p> <p>Оскорбления, кибербуллинг, преследования в интернете и пр.</p> <p>Охрана частной жизни гражданина, его изображения и персональных данных – правовые и этический нормы</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
6.	<p>Законодательство о рекламе</p> <p>Этические кодексы в сфере рекламы и PR</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
7.	<p>Авторское право в деонтологическом аспекте: история, законодательство, источники и основные понятия.</p> <p>Объекты и субъекты авторских прав</p> <p>Содержание интеллектуальных прав (деонтологический аспект)</p> <p>Срок действия исключительного права.</p> <p>Этические кодексы - о праве автора на контент</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
8.	Лицензионные договоры в авторском праве	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ
9.	<p>Свободное использование</p> <p>Права, смежные с авторскими.</p> <p>Коллективное управление авторскими правами.</p> <p>Ответственность за нарушение законодательства о массовой информации и интеллектуальной собственности. Защита авторских прав. Освобождение от ответственности</p>	Тест, доклад, реферат, контрольная работа или устный ответ

	Итоговая отчетность	Зачет
--	---------------------	-------