

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИО: Богдалова Елена Вячеславовна

Должность: Проректор по образовательной деятельности

Дата подписания: 10.09.2025 12:53:11

Уникальный программный ключ:

ec85dd5a839619d48ea76b2d23dba88a9c82091a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение инклюзивного высшего образования

«Российский государственный

университет социальных технологий»

(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Б1.О.10 Правовые основы журналистики и медиаэтики

образовательная программа направления подготовки

42.03.02 «Журналистика»

Направленность (профиль)

Медиа журналистика

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Курс 3 семестр – 5, 6

Москва 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1.Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Правовые основы журналистики и медиаэтики».....	4
2. Перечень оценочных средств по дисциплине «Правовые основы журналистики и медиаэтики».....	4
3. Описание показателей и критериев оценивания результатов обучения.....	5
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения.....	10
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....	13

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАЭТИКИ»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следя за принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Таблица 2 – Перечень оценочных средств:

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Устный опрос	Оценочное средство, позволяющее провести проверку знаний учащихся публично излагать материал, формировать умение публичных выступлений.	Вопросы по темам дисциплины
2	Доклад - презентация и его обсуждение	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме и публично выступать с применением мультимедийных технологий	Темы докладов
3	Решение разноуровневых задач (заданий)	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формированием конкретных выводов, установлением, причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения	Комплекты разноуровневых задач (заданий)
4	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос	Тестовые задания

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине «правовые основы журналистики и медиаэтики» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Вид учебных занятий, работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций	Контролируемые разделя и темы дисциплины	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК-5	Знает					
Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	Знает: совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Лекционные занятия Практические занятия Интерактивные лекции Интерактивные практические занятия	1-12	Устный опрос Доклад – презентация, анализ письменных практических заданий	ОПК-5.1- Не знает, либо имеет фрагментарные знания о совокупности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, допускает грубые ошибки в ответе.	
Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»					ОК-5.1- Знает совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях , однако не ориентируется в их специфике.	
Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»					ОПК-5.1-С Имеет совокупность правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	
Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					ОПК-5.1- Имеет сформированные систематические представления о правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях , соотносит специфику подходов.	
Умеет						
Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	Умеет: применять в процессе осуществления профессиональной деятельности правовые и этические		1-12	Устный опрос Доклад – презентация, анализ письменных практических заданий	ОПК-5.2-НУ Не умеет или имеет фрагментарное умение применять в процессе осуществлении профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Базовый уровень					ОПК-5.2-БУ Умеет правильно применять в процессе	

	Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях				осуществлении профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, однако совершает ошибки при их применении
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»					ОПК-5.2-СУ Умеет правильно применять в процессе осуществлении профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, допускает незначительные ошибки
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					ОПК-5.2-ВУ Имеет сформировавшееся систематическое умение правильно применять в процессе осуществлении профессиональной деятельности правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, анализировать и обобщать правоприменительную практику с учетом современных тенденций.
Владеет						
Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	Владеет: навыком применения в при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях		1-12	Устный опрос Доклад – презентация, анализ письменных практических заданий		ОПК-5.3-НУ Не владеет или фрагментарно владеет навыками применения в при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»						ОПК-5.3-БУ Владеет навыком применения в при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, однако совершает ошибки.
Средний						ОПК-5.3-СУ Владеет навыком

	уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	нных систем на глобально м, националь ном и региональн ом уровнях				применения в при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, допускает незначительные ошибки.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					ОПК-5.3-ВУ Имеет сформировавшееся систематическое владение навыком применения в при осуществлении профессиональной деятельности правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.
ОПК-7	Знает					
	Недостаточны й уровень Оценка «незачтено», «неудовлетвор ительно»	Знать принципы социально й ответств енности (професси ональной и личностно й); корректн ые творчески е приемы на всех этапах создания журналис тского материала ;	Лекционны е занятия Практичес кие занятия Интеракти вные лекции Интеракти вные практичес кие занятия	1-12	Устный опрос Доклад – презентат ция, анализ письменн ых практич еских заданий	ОПК-7.1-НУ Не знает, либо имеет фрагментарные знания о принципах социальной ответственности (профессиональной и личностной); корректные творческие приемы на всех этапах создания журналистского материала; общепринятые стандарты и правила журналистской профессии
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворит ельно»					ОПК-7.1-БУ Знает о принципах социальной ответственности (профессиональной и личностной); корректные творческие приемы на всех этапах создания журналистского материала; общепринятые стандарты и правила журналистской профессии, однако не ориентируется в их специфике.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»					ОПК-7.1-СУ Имеет сформированные, но содержащие пробелы знания о принципах социальной ответственности (профессиональной и личностной); корректные творческие приемы на всех этапах создания журналистского материала; общепринятые стандарты и правила журналистской профессии
	Высокий уровень					ОПК-7.1-ВУ Имеет сформированные систематические

	Оценка «зачтено», «отлично»					представления о принципах социальной ответственности (профессиональной и личностной); корректные творческие приемы на всех этапах создания журналистского материала; общепринятые стандарты и правила журналистской профессии, соотносит специфику подходов.
Умеет						
Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	Уметь прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности	Лекционные занятия Практические занятия Интерактивные лекции Интерактивные практические занятия	1-12	Устный опрос Доклад – презентация, анализ письменных практических заданий	ОПК-7.2-НУ	Не умеет или имеет фрагментарное умение прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и выстраивать работу на основе этих прогнозов
Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	сти в соответствии с принципами и социально й ответственности и выстраивать работу на основе этих прогнозов				ОПК-7.2-БУ	Умеет прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и выстраивать работу на основе этих прогнозов. однако совершает ошибки при их применении
Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»					ОПК-7.2-СУ	Умеет прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и выстраивать работу на основе этих прогнозов. допускает незначительные ошибки
Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					ОПК-7.2-ВУ	Умеет прогнозировать последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и выстраивать работу на основе этих прогнозов, анализировать и обобщать правоприменительную практику с учетом современных тенденций
Владеет						
Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	Владеть навыками поиска корректных творческих приемов при сборе,	Лекционные занятия Практические занятия Интерактивные лекции	1-12	Устный опрос Доклад – презентация, анализ письменных	ОПК-7.3-НУ	Не владеет или фрагментарно владеет навыками проведения юридических консультаций и дачи юридических заключений в сфере профессиональной деятельности
Базовый					ОПК-7.3-БУ	Владеет навыками

	уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворит ельно»	<i>обработке и распростр анении информац ии; навыками социаль но отвеств енного осуществл ения профессио нального долга</i>	<i>Интеракти вные практическ ие занятия</i>		<i>практич еских заданий</i>	поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации; навыками социально ответственного осуществления профессионального долга, однако совершает ошибки.
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»					ОПК-7.3-СУ Владеет навыками поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации; навыками социально ответственного осуществления профессионального долга, допускает незначительные ошибки.
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»					ОПК-7.3-ВУ Имеет сформировавшееся систематическое владение навыками поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации; навыками социально ответственного осуществления профессионального долга

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Устный опрос

Правила подготовки устного ответа.

Для составления ответа на устный вопрос, представленный в каждой из тем семинарского (практического) занятия, студенту следует:

- прочитать весь текст, составить целостное представление об изложенных в нем событиях, явлениях;
- обратить внимание на выделенные в тексте новые понятия, формулировки законов, обобщения, выводы, основные факты;
- составить развернутый план устного ответа, что поможет осмыслить научную информацию;
- проверить, как усвоен новый материал, пересказать его, пользуясь планом, затем без него.

Оформление ответа на устный вопрос - это реальная речевая внешняя структура, в ней отражается соотношение частей выступления по их цели, стилистическим особенностям, по объёму, сочетанию рациональных и эмоциональных моментов, как правило, элементами композиции доклада являются: вступление, определение предмета выступления, изложение, заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название доклада; сообщение основной идеи; современную оценку предмета изложения; краткое перечисление рассматриваемых вопросов; интересную для слушателей форму изложения; акцентирование оригинальности подхода.

Выступление состоит из следующих частей:

Основная часть, в которой выступающий должен раскрыть суть темы, обычно строится по принципу отчёта. Задача основной части: представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами.

Заключение - это четкое обобщение и краткие выводы по излагаемой теме.

Доклад - презентация и его обсуждение

Регламент устного публичного выступления (доклада) – не более 10 минут.

Искусство устного выступления состоит не только в отличном знании предмета речи, но и в умении преподнести свои мысли и убеждения правильно и упорядоченно, красноречиво и увлекательно.

Любое устное выступление должно удовлетворять трем основным критериям, которые в конечном итоге и приводят к успеху: это критерий правильности, то есть соответствия языковым нормам, критерий смысловой адекватности, то есть соответствия содержания выступления реальности, и критерий эффективности, то есть соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

Работу по подготовке устного выступления можно разделить на два основных этапа: докоммуникативный этап (подготовка выступления) и коммуникативный этап (взаимодействие с аудиторией).

Работа по подготовке устного выступления начинается с формулировки темы. Тема выступления не должна быть перегруженной, нельзя «объять необъятное», охват большого количества вопросов приведет к их беглому перечислению, к декларативности вместо глубокого анализа. Неудачные формулировки - слишком длинные или слишком краткие и общие, очень банальные и скучные, не содержащие проблемы, оторванные от дальнейшего текста и т.д.

Само выступление должно состоять из трех частей – вступления (10-15% общего времени), основной части (60-70%) и заключения (20-25%).

Вступление включает в себя представление авторов (фамилия, имя отчество, при необходимости место учебы/работы, статус), название доклада, расшифровку подзаголовка с целью точного определения содержания выступления, четкое определение стержневой идеи. Стержневая идея проекта понимается как основной тезис, ключевое положение. Стержневая идея дает возможность задать определенную тональность выступлению. Сформулировать основной тезис означает ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Требования к основному тезису выступления:

- фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления;
- суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти;
- мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия.

К аргументации в пользу стержневой идеи проекта можно привлекать фото-, видеофрагменты, аудиозаписи, фактологический материал. Цифровые данные для облегчения восприятия лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием. Лучше всего, когда в устном выступлении количество цифрового материала ограничено, на него лучше ссылаться, а не приводить полностью, так как обилие цифр скорее утомляет слушателей, нежели вызывает интерес.

План развития основной части должен быть ясным. Должно быть отобрано оптимальное количество фактов и необходимых примеров.

В научном выступлении принято такое употребление форм слов: чаще используются глаголы настоящего времени во «вневременном» значении, возвратные и безличные глаголы, преобладание форм 3-го лица глагола, форм несовершенного вида, используются неопределенно-личные предложения.

Самые частые ошибки в основной части доклада - выход за пределы рассматриваемых вопросов, перекрывание пунктов плана, усложнение отдельных положений речи, а также перегрузка текста теоретическими рассуждениями, обилие затронутых вопросов (декларативность, бездоказательность), отсутствие связи между частями выступления, несоразмерность частей выступления (затянутое вступление, скомканность основных положений, заключения).

В заключении необходимо сформулировать выводы, которые следуют из основной идеи (идей) выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом. В заключении имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей. Закончить выступление можно решительным заявлением. Вступление и заключение требуют обязательной подготовки, их труднее всего создавать на ходу.

При подготовке к выступлению необходимо выбрать способ выступления: устное изложение с опорой на конспект (опорой могут также служить заранее подготовленные слайды) или чтение подготовленного текста, лучше наизусть.

Запоминание написанного текста заметно сковывает выступающего и привязывает к заранее составленному плану, не давая возможности откликаться на реакцию аудитории.

Необходимо избегать сложных предложений, причастных и деепричастных оборотов.

Пауза в устной речи выполняет ту же роль, что знаки препинания в письменной. После сложных выводов или длинных предложений необходимо сделать паузу, чтобы слушатели могли вдуматься в сказанное или правильно понять сделанные выводы. После выступления нужно быть готовым к ответам на возникшие у аудитории вопросы.

Разработка мультимедийной презентации

Мультимедийная презентация - представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя автора; номер учебной группы, название учебного учреждения;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- в презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов. (Наиболее приемлемым и удобным в работе является ЦОР «Использование Microsoft Office»;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Одним из важных моментов является сохранение единого стиля, унифицированной структуры и формы представления учебного материала на всем уроке. При создании мультимедийного пособия предполагается ограничиться использованием двух или трех шрифтов. Вся презентация должна выполняться в одной цветовой палитре, например на базе одного шаблона, также важно проверить презентацию на удобство её чтения с экрана. Тексты презентации не должны быть большими. Выгоднее использовать сжатый, информационный стиль изложения материала. Нужно будет суметь вместить максимум информации в минимум слов, привлечь и удержать внимание обучаемых.

При подготовке мультимедийных презентаций возможно использование ресурсов сети Интернет, современных мультимедийных энциклопедий и электронных учебников. Удобным является тот факт, что мультимедийную презентацию можно будет дополнять новыми материалами, для её совершенствования, тем более что современные программные и технические средства позволяют легко изменять содержание презентации и хранить большие объемы информации.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: определение целей использования презентации; сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); формирование структуры и логики подачи материала; создание папки, в которую помещен собранный материал;

2. Этап конструирования: выбор программы MS Power Point в меню компьютера; определение дизайна слайдов; наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.);

3. Этап моделирования - проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Решение разноуровневых задач (заданий)

Решение ситуационных задач - это работа студента по систематизации информации в рамках постановки или решения конкретных проблем. Такой вид работы направлен на развитие мышления, творческих умений, усвоение знаний, добытых в ходе активного поиска и самостоятельного решения проблем. Такие знания более прочные, они позволяют студенту видеть, ставить и разрешать как стандартные, так и не стандартные задачи, которые могут возникнуть в дальнейшем в профессиональной деятельности.

Непременным условием правильного решения задач является умение четко сформулировать к основному вопросу дополнительные вопросы, охватывающие содержание задачи. Правильный ответ на дополнительные вопросы позволит сделать верный окончательный вывод.

Решение задач должно быть полным и развернутым и состоять из трех этапов:

1. Анализ ситуации. На данном этапе необходимо, прежде всего, уяснить содержание задачи, сущность возникшего спора и все обстоятельства дела.

2. Оценка ситуации (доводов сторон) с точки зрения действующего законодательства. Для этого студент должен определить юридическое значение фактических обстоятельств, упомянутых в задаче, и квалифицировать указанное в условии задачи правоотношение.

3. Формулировка выводов, в том числе об обоснованности требований или возражений сторон спора, а если дело уже решено судом – то и об обоснованности изложенного в казусе решения.

Юридическая квалификация фактов и отношений должна основываться на нормах права. Рассуждения и выводы должны быть обоснованы ссылками на конкретные правовые нормы. При этом указываются абзацы, части, пункты, статьи нормативного акта. Текст этих норм необходимо в соответствующей части процитировать. Однако решение не должно состоять лишь из дословного изложения или пересказа текста статей нормативных актов.

Преподаватель вправе задавать отвечающему дополнительные вопросы, вытекающие из условия задачи, либо относящиеся к рассматриваемой учебной теме. Проработка контрольных вопросов, как и само решение задачи, осуществляется студентами самостоятельно, в процессе подготовки на практическом занятии.

Занятия проводятся с использованием активных и интерактивных образовательных технологий: решение задач в малых группах, дискуссий и творческих заданий.

Студенты для работы на практических занятиях должен иметь тетрадь, в которой выполняются письменные задания.

Тестирование

Методом исследования уровня знаний, умений, навыков, способностей и других качеств личности является такая форма контроля как тест.

Тестирование: 1) предполагает стандартизованную, выверенную процедуру сбора и обработки данных, а также их интерпретацию; 2) позволяет проверить знания обучающихся по широкому спектру вопросов; 3) сокращает временные затраты на проверку знаний; 4) практически исключает субъективизм преподавателя, как в процессе контроля, так и в процессе оценки.

Основные задачи тестирования:

- развитие интереса у обучающихся к дисциплинам, по которым предполагается тестирование;
- активизация самостоятельной работы обучающихся во время подготовки к тестированию;
- воспитание сознательности и личной ответственности обучающихся за результаты своей подготовки;
- выявление уровня знаний, умений и навыков обучающихся по тестируемым дисциплинам;
- помочь обучающимся в определении уровня достигнутых результатов обучения и планирование дальнейшей подготовки;
- помочь преподавателям в оценке индивидуальных результатов обучения и развития обучающихся, расширении спектра контрольно-измерительных материалов, корректировке методики обучения.

Наиболее распространенными являются тестовые задания закрытого типа (каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных) и тестовые задания открытого типа (на каждый вопрос испытуемый должен предложить свой ответ: дописать слово, словосочетание, предложение, знак, формулу и т.д.).

Тестирование является одной из наиболее технологичных форм проведения автоматизированного контроля.

Степень улучшения результатов тестирования зависит от способностей и знаний учащихся, количества и вида предварительных занятий и особенностей тестов, а также положительного влияния предварительной подготовки на изменение результатов тестирования, которое находится в прямой зависимости от тесноты связи между содержанием тренировочных заданий и содержанием теста.

Тестирование позволяет путем поиска правильного ответа и разбора допущенных ошибок лучше усвоить тот или иной материал. Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать лишь один индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу. Тесты составлены таким образом, что в каждом из них правильным является лишь один из вариантов. Выбор должен быть сделан в пользу наиболее правильного ответа.

На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста. Как правило, время выполнения тестового задания определяется из расчета 30-45 секунд на один вопрос. К

работе над тестовым заданием следует приступать после изучения рекомендованной литературы и материалов лекций.

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Устный опрос

Тема 1. Свобода информации

1. Конституция РФ в контексте общепринятых принципов свободы выражения мнения.
2. Международный пакт о гражданских и политических правах о свободе выражения мнения и свободе информации.
3. Европейская конвенция по правам человека о свободе выражения мнения. Позиции международных организаций.

Тема 2. Организация деятельности редакции

1. Содержание устава юридического лица и устава редакции.
2. Процедура принятия устава.

Тема 3. Журналист и источники информации

- 1) «Существует ли в России законодательная база для реализации прав журналиста на получение информации?»,
- 2) «Каким требованиям должен в первую очередь соответствовать источник информации?»,
- 3) «Что вы знаете о «правиле двух источников?», 4) «Вправе ли журналист использовать данные, полученные из конфиденциального источника, и в каких целях?»,
- 5) «Обязаны ли вы сохранять в тайне имя человека, сообщившего важные сведения с условием неразглашения его имени?»,⁶
- 6) «Вы знаете, что откровенный рассказ о цели вашего визита вызовет противодействие собеседника. Что вы предпримете, чтобы добить у него нужные сведения?»,
- 7) «Что такое метод «маски»? Вправе ли журналист быть лицедеем?»

Тема 4. Профессионально-этические ориентиры сообщества журналистов

- 1) «Закон «О СМИ» закрепил за редакцией право осуществлять свою деятельность на основе профессиональной самостоятельности. Что это значит и как эта норма Закона реализуется на практике?»
- 2) «Существует ли в современной России единая журналистская корпорация?»
- 3) «В условиях рынка обострилась конкуренция и между журналистами, и между изданиями. Нужны ли правила, ее ограничивающие?»

Тема 5. Государственная политика в области СМИ: основные направления

1. Борьба с компьютерными преступлениями в России.
2. Слежение за Интернетом.
3. Недопустимость цензуры.
4. Разграничение вредного и незаконного содержания.
5. Блокирование и фильтрация содержания. Информационная безопасность.
6. Регулирование и контроль телерадиовещания.
7. Лицензирование, ограниченный ресурс и новые технологии.
8. Содержание, срок действия лицензии. Лицензирующий орган.
9. Конкурсный порядок выдачи лицензий на эфирное телерадиовещание.
10. Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию, её статус и функции.

Тема 6. Государственная политика в области СМИ: противодействие экстремизму

1. Экстремистская деятельность. Ответственность редакций. Федеральный список экстремистских материалов.
2. Уголовная и административная ответственность за экстремистскую деятельность.
3. Верховный суд РФ о трактовке понятия экстремизма.
4. Практика направления обращений Роскомнадзора.
5. Запрет подстрекательства к геноциду.
6. Публичность Интернета.
7. Реестр запрещённых материалов в Интернете.

Тема 7. Регулирование рекламы

1. Общие положения Закона «О рекламе».
2. Запрет ненадлежащей рекламы.
3. Особенности рекламы некоторых видов товаров и услуг.
4. Запрет спама. Запрет SMS-спама.
5. Контроль за соблюдением законодательства о рекламе.
6. Защита прав несовершеннолетних и общественной морали в СМИ.
7. Закон о защите детей. Возрастная классификация. Защита прав несовершеннолетних в Интернете.

Тема 8. Деятельность СМИ в предвыборный период

1. Свободные выборы и свободные СМИ. Российское избирательное право об агитации и информировании.
2. Ответственность СМИ и журналистов.
3. Запрет размещать сайты госучреждений за границей.
4. Проблемы принятия законодательных актов о распространение заведомо недостоверной информации о банках и публичных организациях.

Тема 9. Защита интеллектуальной собственности

1. Права автора.
2. Специфика авторских правоотношений в СМИ.
3. Свободное использование произведений.
4. Авторское право на интервью и новости. Смежные права.
5. Нарушения авторского права в Интернете.

Тема 10. Защита чести, достоинства и деловой репутации

1. Порядок опровержения. Право на ответ.
2. Удаление и изъятие порочащих материалов.
3. Компенсация морального вреда.
4. Деловая репутация. Факт и мнение.
5. Достоверность карикатур.
6. Клевета. Оскорбление.

Тема 11.Классификация договоров в авторском праве. Договорная Ответственность

1. Гражданско-правовые договоры.
2. Трудовые договоры.
3. Содержание договора.
4. Договорная ответственность.

Тема 12. Авторское право в медиаиндустрии

1. Служебные произведения; право работодателя распоряжаться подготовленным журналистом текстом
2. Право автора на получение вознаграждения.
3. Особый режим правовой охраны авторских писем, приходящих в редакции СМИ.
4. Интервью, публичные исполнения, произнесения и другие существующие в устном формате произведения как объекты охраны авторского права.
5. Фотографические произведения как объект охраны авторского права

Темы докладов - презентаций

1. Борьба с плагиатом в РФ.
2. Борьба с плагиатом в зарубежных странах.
3. Проблемы охраны авторских прав в сети Интернет.
4. Международная охрана авторских прав.

Контролируемые компетенции: ОПК-5, ОПК-7

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3

Тестовые задания

1. Какие роли играет СМИ во время предвыборной кампании?

- а) информирование общественности о ходе избирательной кампании;**
- б) критика отдельных политических противников;
- в) информирование органов власти о результатах выборов;
- г) защита действующей власти.

2. Какая площадь в печатных СМИ предоставляется бесплатно в ходе предвыборной агитации через периодические государственные печатные издания?

- а) не менее 10%;**
- б) не менее 15%;
- в) не менее 20%;
- г) не менее 25%.

3. Под главным редактором понимается лицо:

- а) возглавляющее редакцию средства массовой информации;**
- б) принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации;
- в) занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов;
- г) осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации.

4. Деятельность СМИ может быть прекращена или приостановлена на основании Закона РФ от 27.12.1991 г. №2124-1 «О средствах массовой информации» статьей:

- а) тридцать третьей
- б) шестнадцатой**
- в) шестидесятой
- г) девятой

5. В статье 29 Закона РФ о СМИ закреплено положение об обязательности:

- а) определения тиража издания;
- б) аккредитации журналиста;
- в) обязательности бесплатных экземпляров периодических изданий;**
- г) ответственности за злоупотребление свободой массовой информации.

6. Учредителем (соучредителем) СМИ может быть:

- а) любой гражданин РФ;
- б) лицо без гражданства;
- в) гражданин, признанный недееспособным;
- г) гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган.**

7. В объекте радио- и телепрограмм реклама не должна превышать

- а) 20 % объема вещания;
- б) 40 % объема вещания;
- в) 25 % объема вещания;**
- г) 10 % объема вещания.

8. В заявлении о регистрации СМИ необходимо указывать:

- а) сведения об учредителе (соучредителях), обусловленные требованиями настоящего Закона;
- б) наименование (название) средства массовой информации;
- в) язык (языки);
- г) все перечисленное выше.**

9. Материалы, содержащие рекламу, редакция должна хранить:

- а) в течение трёх лет;

- б) в течение года;
- в) в течение месяца;
- г) не должна хранить вовсе.

10. Действие закона о рекламе распространяется на:

- а) политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума;
- б) вывеску, извещающую о месте расположения буфета;
- в) размещенную на упаковке товара информацию о его изготовителе и экспортере;
- г) транслируемые в СМИ результаты научных исследований свойств зубной пасты, доказывающие ее преимущества перед другими пастами;

11. Реклама алкогольных напитков не должна:

- а) содержать демонстрацию потребления этих напитков;
- б) содержать наименование напитков;
- в) распространяться в местах продажи алкоголя;
- г) призывать к показывать животных.

12. Федеральный суд удовлетворил иск героя журналистского произведения к ОАО «Редакция газеты «Городские заблуждения». Компенсировать моральный вред будут:

- а) автор материала, который опорочил честь и достоинство гражданина;
- б) автор и учредитель издания (ОАО «Орфография»);
- в) читатели газеты;
- г) автор и редакция.

13. Может ли исковое заявление о защите чести, достоинства и деловой репутации лица быть предъявлено к средству массовой информации (например, газете «Лесные вести»):

- а) нет, потому что СМИ являются объектом, а не субъектом права. Иск может предъявляться организацией, осуществляющей выпуск СМИ, если она зарегистрирована как юридическое лицо (например, ООО «Лесные вести»).
- б) да, потому что перед законом все равны.
- в) да, потому что любое СМИ является полноценным субъектом права, и на него распространяются все гражданские права и обязанности;
- г) да, потому что это моральная обязанность газеты.

14. Устав редакции газеты «Высшая истина» и Устав ОАО «Газета «Высшая истина»:

- а) один и тот же документ;
- б) разные документы;
- в) не являются документами;
- г) Устав газеты «Высшая истина» документ, а Устав ОАО «Газета «Высшая истина» не является документом.

15. Может ли учредитель юридического лица ОАО «Газета «Высшая истина» влиять на информационную политику издания:

- а) может влиять юридически (например, издав Приказ о запрете критиковать определенный перечень фигур и организаций);
- б) может влиять фактически (например, добиваясь смены главного редактора);
- в) может влиять как юридически, так и фактически;
- г) никак не может влиять.

16. Изъять тираж газеты, в которой может содержаться информация, способная спровоцировать акции массового протеста, вправе:

- а) Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор);

- б) территориальное подразделение федеральной службы;
- в) Управление по координации деятельности СМИ администрации Субъекта Федерации;
- г) никто из перечисленных.

17. Ограничить свободу массовой информации, изменив Закон РФ «О СМИ», вправе:

- а) депутаты Государственной думы РФ;
- б) Президент РФ;
- в) Правительство РФ;
- г) никто из перечисленных.

18. При публикации перед выборами опросов общественного мнения СМИ не обязаны указывать на:

- а) время проведения опроса;
- б) вид выборки;**
- в) имя заказчика проведения опроса;
- г) метод сбора информации.

19. Уголовное дело в отношении журналистов может быть:

- а) заведено;
- б) возбуждено;**
- в) открыто;
- г) все варианты верны.

20. Предоставить журналисту информацию по запросу обязаны:

- а) любые сотрудники органа (организации);
- б) руководитель органа (организации) и его заместители;
- в) должностные лица;
- г) лица, чьи полномочия на общение с прессой установлены служебной инструкцией или Положением.**

21. В течение какого срока государственный орган обязан предоставить информацию по запросу редакции:

- а) 3 дня;
- б) 7 дней;**
- в) 10 дней;
- г) 1 месяц.

22. В течение какого срока государственный орган должен вручить редакции уведомление об отказе в предоставлении запрашиваемой информации или уведомление об отсрочке?

- а) 3 дня;**
- б) 7 дней;
- в) 10 дней;
- г) 1 месяц.

23. Предоставлять журналисту информацию вправе:

- а) любые сотрудники органа (организации);**
- б) только руководитель органа (организации) и его заместители;
- в) только работники пресс-служб;
- г) только должностные лица.

24. Журналисту обязаны предоставлять информацию, если он запросил ее:

- а) письменно;
- б) письменно и устно, в том числе по телефону;
- в) письменно и – при предъявлении служебного удостоверения – устно;**

г) письменно при предъявлении служебного удостоверения.

25. Орган (организация) обязан:

- а) предоставить любую нужную для написания материала информацию, если журналист точно знает, что орган (организация) располагает этими данными, и если эти сведения не являются секретными;
- б) предоставить только ту информацию, которая касается деятельности этой организации;**
- в) сообщить «что-нибудь интересное» из деятельности организации;
- г) сообщить (устами официального лица) «на камеру» и в микрофон запрашиваемую информацию о деятельности организаций, если сведения не секретны.

26. На брифинге, посвященном готовности системы теплоснабжения города к зиме, руководителю соответствующего департамента администрации был задан вопрос, не связан ли рост тарифов ЖКХ с мошенничеством управляющих компаний. Чиновник ответил, что не исключает такой возможности. После демонстрации в сюжете новостей фрагмента его выступления одна из управляющих компаний обратилась в суд с иском о защите деловой репутации к журналисту и телекомпании. Может ли суд освободить журналиста и телекомпанию от ответственности?

- а) да, поскольку воспроизведен официальный ответ, который чиновник давал на заранее запланированном мероприятии, проведенном с участием журналистов в специально выделенном помещении в здании соответствующего органа;
- б) нет, потому что чиновник высказал свое мнение;**
- в) да, потому что чиновник несет ответственность за любые свои публичные высказывания;
- г) да, потому что деятельность управляющих компаний представляет общественный интерес.

27. Какие из перечисленных признаков судебного очерка или репортажа нарушают принцип презумпции невиновности:

- а) в тексте содержатся выводы о виновности лица;**
- б) даются предположения о возможных последствиях преступления;
- в) сообщаются подробности дела, приговор по которому еще не вынесен;
- г) рассказывается о деле, приговор по которому вынесен, но не вступил в законную силу.

28. Редакция вправе прямо или косвенно указывать на личность совершившего преступление несовершеннолетнего (потерпевшего), если согласие на это дает:

- а) сам несовершеннолетний;
- б) его законный представитель;
- в) органы опеки;
- в) несовершеннолетний и (или) его законный представитель.**

29. Журналисты вправе присутствовать в зале судебного заседания, где рассматривается уголовное дело по обвинению несовершеннолетнего в преступлении только, если:

- а) на это получено согласие председательствующего судьи;
- б) на это получено согласие несовершеннолетнего и (или) его законного представителя;
- в) об этом заявлено ходатайство со стороны несовершеннолетнего и (или) его законного представителя.**
- г) все перечисленное

30. Данные предварительного следствия могут быть преданы гласности с разрешения:

- а) суда;
- б) прокурора;
- в) следователя или дознавателя;**
- г) адвоката.

31. Присутствие журналистов в судебном заседании по уголовному делу может быть запрещено в случаях, когда:

- а) идет речь о деятельности органов государственной власти;

- б) обвиняемые не достигли 21 года;
- в) обвиняемые – военнослужащие;
- г) преступления связаны с половой неприкосновенностью.

32. По кодексу РФ об административных правонарушениях оскорблением признается:

- а) умышленное распространение о ком-либо не соответствующих действительных сведений;
- б) **распространение о ком-либо любых сведений в неприличной форме.**
- в) распространение о ком-либо не соответствующих действительности сведений в непристойной форме;
- г) хулиганские действия.

33. К конфиденциальной информации относятся:

- а) сведения о расходовании средств бюджета области, полученные журналистом от представителя органа исполнительной власти на условиях доверия;
- б) документы, содержащие информацию о деятельности органов государственной власти;
- в) **сведения о состоянии здоровья редактора газеты;**
- г) сведения о экологическом загрязнении.

34. К коммерческой тайне, опубликованной в газете, могут относиться:

- а) документы о платежеспособности предприятия;
- б) **информация о способах экономии сырья;**
- в) сведения о численности работающих;
- г) учредительные документы (решение о создании предприятия или договор учредителей).

35. Фраза «губернатор – плохой хозяйственник» является:

- а) фактическим суждением;
- б) оскорблением;
- в) хулиганством;
- г) оценочным суждением (мнением).

36. Журналист обратился в прокуратуру с запросом: прокомментировать, почему в Уголовно-процессуальном кодексе РФ (УПК РФ) отсутствует статья, предусматривающая ответственность за совершение (организацию) заказного убийства. Может ли быть дан комментарий?

- а) да, потому что УПК РФ состоит из норм материального права, которые содержат запреты и устанавливают ответственность за их нарушение.
- б) нет, потому что УПК РФ содержит нормы применения права, которые регулируют процедуру, как привлекать к уголовной ответственности, каким образом доказывать вину или невиновность лица. **Статья об убийстве по найму может содержаться в уголовном кодексе.**
- в) да, потому что закон обязывает государственных чиновников давать комментарии журналистам;
- г) да, потому что это моральная обязанность прокуратуры.

37. Редакция газеты обратилась к руководителю контролирующего органа с запросом, в котором потребовала сообщить, к каким последствиям, на его взгляд, может привести отмена лицензирования фармацевтической деятельности. Получив отказ, обратилась в суд с иском о принуждении руководителя дать комментарий. Будет ли удовлетворено требование:

- а) Да. В соответствии с Законом РФ «О СМИ» руководитель или его заместители обязаны предоставлять журналистам информацию по запросу.
- б) Да. Информация представляет большой общественный интерес, и потому руководитель обязан прокомментировать событие.
- в) **Нет. Руководитель, как и любой гражданин РФ, сам решает, высказывать или нет свое мнение, и не может быть принужден к этому.**
- г) Да. Потому что это обязанность руководителя по Федеральному закону от 2 мая 2006 г. N 59-ФЗ "О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации".

38. В РФ запрещено распространять:

- а) материалы организаций экстремистской направленности;
- б) материалы, написанные осужденными за экстремистские призывы;
- в) материалы, признанные судом экстремистскими;**
- г) материалы, содержание политические высказывания.

39. Деятельность СМИ может быть прекращена, если:

- а) редакция регулярно публикует экстремистские материалы;
- б) публикует их после письменного предупреждения уполномоченного на то органа, направленного в течение 12 месяцев;**
- в) публикует их через 12 месяцев после письменного предупреждения;
- г) публикует их через 6 месяцев после письменного предупреждения

40. Право признаваться автором произведения в журнале может быть передано другому лицу:

- а) нет, это право неотчуждаемо, отказ от него ничтожен;**
- б) да, если гражданин сам не желает, чтобы его признавали автором;
- в) да, если автор сам согласился передать это право другому лицу за определенное вознаграждение, о чем составлен соответствующий договор;
- г) да, если читатели журнала большинством голосов проголосуют за это.

41. Исключительные права на произведение включают в себя:

- а) имущественные и неимущественные права
- б) имущественные права**
- в) неимущественные права;
- г) политические права.

42. Без согласия автора можно использовать его произведение:

- а) в виде цитаты в информационных целях;**
- б) в сети Интернет;
- в) в целях рекламы произведения;
- г) использовать нельзя ни при каких условиях.

43. В частную жизнь какого лица СМИ должны вмешиваться наиболее осмотрительно:

- а) обычного гражданина**
- б) губернатора;
- в) президента
- г) председателя правительства.

44. Сведения о частной жизни могут быть обнародованы, если они:

- а) интересны читателю;
- б) связаны с поступками, которые отличаются от общепринятого поведения;
- в) связаны с аморальными поступками представителей власти;
- г) связаны с поступками, которые создают угрозу благополучию, благосостоянию, безопасности большинства аудитории (или третьих лиц).**

45. Задержан подозреваемый в серии преступлений маньяк. Профессиональный долг журналиста:

- а) не называя имени задержанного, разрядить социальное напряжение, сообщив аудитории все имеющиеся в распоряжении редакции сведения (описание мест, орудий преступлений, способов совершения, особенностей криминального «почерка» и т.д.). При этом не давать изображение истерзанных тел потерпевших.
- б) сделать все то же самое, но подчеркнуть, что «мы сообщаем об этом первыми»;

в) ограничиться короткой, без идентифицирующих признаков информацией о задержании лица, подозреваемого в серии нападений;
г) не сообщать ничего.

46. Принцип «презумпции виновности» автора сообщения применяется:
а) при рассмотрении уголовных дел и дел об административных правонарушениях;
б) в гражданском судопроизводстве;
в) при применении дисциплинарного взыскания;
г) в уголовном судопроизводстве.

47. Доказывать умысел (вину) журналиста в диффамации необходимо:
а) при рассмотрении уголовных дел и дел об административных правонарушениях;
б) в гражданском судопроизводстве;
в) при применении дисциплинарного взыскания;
г) в арбитражном судопроизводстве.

48. Пресс-служба УФСБ по КО и Радио «Кузбасс FM» распространяли информацию: «...в работе ЗАО «Кузбасская сотовая связь» обнаружены признаки преступления по статье «Незаконное предпринимательство». Оцените сообщение:

а) Сообщение сделано правильно, признаки преступления могут содержаться в деятельности юридических лиц (закон для всех один, и акционерные общества несут уголовную ответственность наравне с остальными).
б) Сообщение не верно. Признаки преступления могут содержаться только в деятельности физических лиц. Юридическое лицо может быть лишь субъектом административной и гражданской ответственности.
в) Сообщение сделано правильно. Юридическое лицо может быть только субъектом уголовной ответственности, если причинен крупный и особо крупный ущерб;
г) Сообщение сделано правильно. Население должно иметь такую информацию.

49. В своем материале журналист употребил фразу: «...воспользовавшись тем, что вокруг никого не было, Н. ограбил труп, похитив деньги и телефон дорогой модели». Герою материала назначили условную меру наказания. Есть ли у него основания предъявить иск о защите чести и достоинства и компенсации морального вреда?

а) есть, так как репортер обвинил его в преступлении более тяжком, нежели было совершено;
б) нет, поскольку журналист написал все правильно;
в) нет, поскольку условная мера наказания не означает реабилитации, и герой произведения все равно считается виновным в преступлении;
г) нет, у героя материала нет права на иск о защите чести и достоинства и компенсации морального вреда.

50. В своем материале журналист употребил следующее выражение: «А. обвиняется в непредумышленном убийстве». Правильную ли формулировку он использовал, если известно: А. лишил жизни человека по неосторожности?

а) нет, потому что непредумышленных (как и неумышленных) убийств не бывает. Убийство всегда подразумевает умысел преступника на лишение жизни;
б) да, потому что «непредумышленное» убийство тождественно понятию «неумышленное» убийство;
в) да, потому что квалификация деяния зависит не от умысла, а от последствий. В данном случае А. лишил человека жизни.
г) да, это право журналиста.

51. Если по факту публикации в газете возбуждено уголовное дело о клевете, то потерпевший:
а) может параллельно обратиться в суд с гражданским иском о защите чести, достоинства и деловой репутации;

- б) не может обращаться в суд с иском, так как права потерпевшего будут защищены при рассмотрении уголовного дела;
- в) может обратиться с иском в Верховный Суд РФ;
- г) может обратиться с иском в Конституционный Суд РФ.

52. Условие Закона РФ «О СМИ» о том, что профессиональный статус журналиста распространяется на внештатных авторов, если они выполняют задание редакции, является:

- а) гипотезой правовой нормы;
- б) санкцией;
- в) диспозицией;
- г) составом правонарушения.

53. Зафиксированное в Законе РФ «О СМИ» правило о недопустимости злоупотребления свободой информации является:

- а) санкцией;
- б) гипотезой;
- в) диспозицией;
- г) составом правонарушения.

54. На вопрос журналиста газеты «Комсомольская правда – Кузбасс», сколько в области получают директора шахт, представитель департамента ТЭК администрации ответил: «У нас все шахты частные, поэтому зарплата директора – коммерческая тайна». Могут ли сведения о заработной плате директора составлять коммерческую тайну?

- а) да, коммерческую тайну могут составлять любые сведения о коммерческой организации и о тех, кто в ней трудится;
- б) нет, потому что эти сведения не влияют на получение прибыли предприятием (не могут увеличивать ее или снижать);
- в) да, потому что директора смогут переманить конкуренты, предложив большую заработную плату;
- г) нет, граждане должны иметь полную информацию о коммерческих организациях.

55. Гражданин «Ы» был привлечен к уголовной ответственности, однако в дальнейшем уголовное дело в отношении него прекратили в связи с актом амнистии. Журналист программы криминальной хроники сообщил зрителям, что «Ы» амнистировали и тем самым признали невиновным, хотя в деле имелась масса изобличающих его улик. Следовательно, «Ы» отделался легким испугом. Прав ли журналист:

- а) да, потому что «Ы» избежал какого-либо наказания, хотя имелись веские основания обвинять его в совершении преступления;
- б) да, потому что вор («бандит», «душегуб» и т.п.) должен сидеть в тюрьме;
- в) нет, потому что амнистия не означает реабилитации (признания невиновности) лица. Амнистирован может быть только тот, кто признает свою вину (и если его преступление попадает под действие акта об амнистии);
- г) нет, потому что пережить испуг (даже легкий) – это тоже наказание. Сама процедура расследования уголовного дела вынуждает человека вытерпеть массу лишений.

56. В программе «Утро» автор сюжета рассказал зрителям о «банде мошенников», члены которой во время пребывания под стражей в следственном изоляторе (СИЗО) совершали мошенничества (звонили гражданам на мобильные телефоны и предлагали им за деньги прекратить уголовное преследование в отношении их родственников, которые якобы сбивали в автомобильной аварии человека). Может ли администрация СИЗО обратиться в суд с иском о защите деловой репутации, если случаи мошенничества действительно имели место, но по делу еще не вынесен приговор?

- а) нет, профессиональный долг администрации изолятора – изолировать от общества обвиняемых в преступлениях, чтобы они не могли больше никому причинить ущерб. Следовательно, со своими обязанностями контролеры не справились, и их репутация заслуженно пострадала;

- б) нет, потому что автор ни в чем не обвинял администрацию СИЗО;
- в) да, потому что группа, совершившая мошенничество, не может относиться к разряду банды; наличие же таковой в стенах СИЗО говорит о серьезных недостатках контроля;**
- г) да, потому что дело о мошенничестве еще не рассмотрено судом, и неизвестно, будут ли доказаны эти преступления.

57. Узнав об осуждении за пособничество в получении взятки одного из арбитражных управляющих, журналисты СМИ Кемеровской области распространили сообщение: «Осужден работник арбитражного суда Кемеровской области». Может ли арбитражный суд предъявить иск о защите деловой репутации?

- а) нет, потому что преступление совершено работником арбитражного суда, урон репутации учреждения причинен заслуженно;
- б) да, потому что арбитражный управляющий не имеет отношения к судебным органам (является членом саморегулируемой организации, назначается судом для осуществления процедуры банкротства на предприятии);**
- в) нет, потому что пособник не является преступником;
- г) нет, в АПК РФ нет нормы о защите деловой репутации.

58. После попытки душевнобольного человека увести с территории детского сада воспитанницу газета «Комсомольская правда в Кузбассе» решила провести эксперимент, чтобы выяснить, как обеспечивается безопасность детей. Журналист попробовала выманить ребенка с территории детского сада разными обещаниями. Правомерны ли действия редакции и журналиста?

- а) да, потому что журналисты помогут обнаружить недостатки в обеспечении безопасности, обратив на это внимание властей;
- б) нет, потому что проведение эксперимента надо согласовывать с органом управления дошкольным образованием;
- в) нет, потому что опыты (эксперименты) можно проводить только с добровольного согласия гражданина (его законного представителя);**
- г) да, потому что неблагоприятных последствий не наступило. Редакция действовала в общественных интересах, у журналиста не было умысла причинять вред.

59. Газета "Наш городок Топки" в рубрике «Топкинская тусовка» опубликовала сообщение: "Привет Р.Е.! Поздравляю тебя с твоей первой беременностью (надеюсь, что ты уже сказала об этом родителям)?"! с подписью "Исчадие ада". Мать Р.Е., 16-летней школьницы (в газете приведены полные имя и фамилия), обратилась в суд в интересах дочери с иском о возмещении морального вреда. Будет ли удовлетворено требование?

- а) Да, если редакция не докажет, что Р.Е. – это другой человек.
- б) Да, если выяснится, что Р.Е. в действительности не беременна.
- в) Да, если в суде не установят автора сообщения и не привлекут к ответственности его.
- г) Да, потому что необходимо согласие Р.Е. и (или) ее законного представителя на распространение личных данных. Согласие самого лица требуется независимо от возраста.**

60. Доказывать то, что сведения, распространенные в СМИ, не соответствуют действительности, обязан:

- а) суд;
- б) ответчик;
- в) истец (герой материала);
- г) не обязан никто.**

61. На какой срок максимально может продляться время ответа на запрос журналиста?

- а) 7 дней;
- б) 45 дней;**
- в) 30 дней;

г) 10 дней.

62. Обнародовать (использовать) изображение гражданина без его согласия можно, если:

- а) будет удовлетворена потребность общества узнать что-то интересное об этом человеке;
- б) будет удовлетворена потребность общества узнать что-то новое о человеке, который занимается публичной деятельностью (о должностном лице, общественном деятеле);
- в) если гражданин живет за границей;
- г) это позволит обнаружить и раскрыть угрозу демократическому правовому государству и гражданскому обществу, общественной безопасности, окружающей среде.**

63. Организация намерена открыть в Кузбассе сеть йети-баров. Чтобы привлечь потребителей, решено разместить в СМИ материалы об этом и фото Н. Валуева в зале Госдумы. Можно ли использовать изображение депутата без его согласия?

- а) нет, так как изображение Н. Валуева является основным объектом использования;**
- б) да, так как на фотографии изображен человек, занимающийся публичной деятельностью;
- в) да, так как изображение получено при съемке на публичном мероприятии;
- г) да, так как изображение сделано в государственном органе власти.

64. Если в газете распространены не соответствующие действительности сведения, которые не порочат гражданина, не умаляют его честь и достоинство, то редакция:

- а) не обязана публиковать опровержение;
- б) обязана опубликовать опровержение;**
- в) может добровольно или – при наличии судебного решения – обязательно опубликовать реплику (комментарий) гражданина;**
- г) обязана опубликовать поправку.

65. Может ли газета, тираж которой составляет менее 1000 экземпляров, быть зарегистрирована как СМИ?

- а) может, это ее право;**
- б) в этом нет необходимости;
- в) да, если это потребует прокуратура;
- г) да, зарегистрировать СМИ обязанность редакции.

66. Обязана ли редакция зарегистрированной в установленном порядке газеты «Вестник лженеуки» зарегистрировать как СМИ и свой сайт?

- а) да, регистрироваться должны все СМИ, размещаемые в сети Интернет;
- б) да, потому что все равны перед Законом;
- в) нет, это ее право, а не обязанность;**
- г) да, если потребует прокуратура.

67. Будет ли редакция отвечать за экстремистские высказывания читателей на форуме интернет-издания, сделанные в качестве комментария к материалу?

- а) да, редакция отвечает за все, что размещено на ее ресурсах;
- б) да, если редакция не удалила высказывания по требованию контролирующего органа;**
- в) нет, так как высказывания на форуме приравниваются к выступлению в прямом эфире;
- г) да, если потребует прокуратура.

68. К конклюдентным действиям, которые подтверждают согласие гражданина на использование его изображения в телесюжете, относится:

- а) гражданин видит, что его снимают, но не высказывает запрета на использование своего изображения;
- б) гражданин дает интервью на камеру, отвечает на задаваемые журналистом вопросы;
- в) если рядом с гражданином присутствует адвокат, который дает согласие на это;
- г) гражданин подписывает письменное согласие на использование своего изображения.**

69. В опубликованном газетой «Офисный вестник» интервью распространена информация, не соответствующая действительности, порочащая деловую репутацию фирмы Н. Отвечать по иску Н. будут:

- а) интервьюируемый;
- б) журналист;
- в) журналист, интервьюируемый и учредитель издания;**
- г) тот, кто прочитал это интервью.

70. Телекомпания «Квант» подготовила сюжет о задержании подозреваемых в краже оборудования шахты. Узнав, что один из подозреваемых – сын военкома, журналист акцентировал на этом внимание зрителей. Тем самым автор сюжета:

- а) Ничего не нарушил и не подлежит ответственности.**
- б) Добросовестно выполнил профессиональный долг, поскольку частная жизнь человека, занимающего такую должность, представляет общественный интерес.
- в) Нарушил право военкома на неприкосновенность частной жизни, не получив согласие на распространение персональных данных, и может быть привлечен к ответственности;
- г) Нарушил право на судебное расследование.

71. Какие из перечисленных высказываний могут послужить основанием привлечь журналиста к ответственности:

- а) «Пресечена деятельность банды подростков, совершивших кражи из квартир жителей Киселевска».
- б) «Бросила ли гр-ка Николаева торговать наркотиками?»**
- в) «В этот раз выступление кандидата не вызвало у собравшихся сколько-нибудь заинтересованной реакции. Многие с трудом подавляли зевоту. По окончании речи раздались редкие вялые аплодисменты».
- г) «В Кемерове полиция задержала четырех жительниц Красноярска (фото). Мошенницы лишили пенсионеров сбережений с помощью магии».

72. К какому виду ответственности могут быть привлечены авторы вышеприведенных высказываний:

- а) уголовной (по ст. 128.1 УК РФ: клевета);
- б) гражданско-правовой (в порядке ст. 152 ГК РФ: защита чести, достоинства, репутации);**
- в) общественное порицание;
- г) административной (по ст. 5.61 Кодекса РФ об административных правонарушениях: оскорбление).

73. Разрешая дела о нарушении статьи 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, Европейский суд ищет ответы на вопросы:

- а) было ли наказание журналиста законным;
- б) было ли наказание журналиста правомерным.
- в) было ли наказание журналиста необходимым в демократическом обществе;
- г) все перечисленные вопросы.**

74. В деле «Лингенс против Австрии» Европейский суд признал, что:

- а) пресса должна распространять информацию, оставляя ее толкование для читателей;
- б) пресса не должна превращать политическую дискуссию в обмен личными оскорблениеми;
- в) пресса должна обеспечивать свободу политической дискуссии.
- г) необходимо проводить тщательное различие между фактами и оценочными суждениями /мнениями.**

75. В РФ редакция не несет ответственности за распространение не соответствующих действительности сведений, если:

- а) они опубликованы под рубрикой «Слухи»;
- б) их автор не является штатным работником редакции;

- в) они получены от информационных агентств;
- г) в них пересказано выступление депутата в парламенте.

76. В законе «О средствах массовой информации» под «иными средствами массовой информации» понимаются:

- а) специальные СМИ;
- б) рекламные и эротические СМИ;
- в) периодически распространяющие информацию через телекоммуникационные сети;
- г) информационные агентства.

77. Недобросовестной является реклама, которая:

- а) дискредитирует тех, кто не пользуется рекламируемыми товарами;
- б) содержит информацию, нарушающую нормы гуманности;
- в) содержит не соответствующие действительности сведения в отношении свойств рекламируемого товара;
- г) умышленно вводит в заблуждение потребителя.

78. Скрытой реклама считается, если:

- а) распространяется под видом новостей;
- б) оказывает воздействие на подсознание;**
- в) нарушает право на неприкосновенность частной жизни;
- г) во всех перечисленных случаях.

79. В соответствии с законом «О средствах массовой информации» в регистрации СМИ могут отказать в случае, если:

- а) указанные в заявлении сведения не соответствуют действительности;**
- б) у учредителя есть другие СМИ;
- в) нарушены правила аккредитации;
- г) учредитель отказывается от публикации официальных документов.

80. Что такое «контрафактный экземпляр произведения»?:

- а) пример недостоверной рекламы;
- б) копия, изготовление которой влечет нарушение исключительных прав;**
- в) оскорбляющий честь и достоинство материал;
- г) незаконный экземпляр секретных документов.

81. Действие лицензии на вещание можно приостановить по решению:

- а) только суда;**
- б) лицензирующего органа;
- в) Федеральной службы по телерадиовещанию;
- г) самого вещателя.

82. телепрограммы для взрослых допускаются распространять по ТВ без кодирования сигнала:

- а) с 23 до 7 часов;
- б) с 24 до 6 часов;
- в) с 23 до 4 часов;**
- г) распространять без кодирования не допускаются.

83. Как можно интерпретировать понятие «издатель» в России?

- а) издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции, средства массовой информации;
- б) редакция;
- в) учредитель;

г) владелец.

84. В какой стране существует гарантия юридической независимости редактора от издателя?

- а) Россия;
- б) Соединенные Штаты Америки;
- в) Швеция;
- г) Великобритания.

85. Какая страна из всех республик бывшего СССР имеет наиболее подробное и развитое массово-информационное законодательство

- а) Украина;
- б) Россия;
- в) Киргизия;
- г) Узбекистан.

86. Укажите основные отличительные черты газеты, которые выделяют ее среди прочих печатных изданий:

- а) актуальность, периодичность, публичность, универсальность;
- б) тематическая направленность, периодичность, системность;
- в) публичность, платность;
- г) хронологичность, универсальность.

87. Желтая пресса – это:

- а) наиболее достоверная пресса;
- б) тематические издания для отдельных слоев населения;
- в) изложение правовых материалов;
- г) газеты, журналы и другие периодические издания, информация в которых основана на сплетнях и слухах.

88. Основная задача журналистики как профессии заключается в:

- а) передаче информации;
- б) сборе и систематизации информации;
- в) отражении определенной точки зрения;
- г) в правовом анализе информации.

89. Журналистика образно называется:

- а) четвертной ветвью власти;
- б) серым кардиналом власти;
- в) рупором общественного мнения;
- г) опорой народных масс.

90. Когда в России отмечается Всемирный день свободы печати (прессы)?

- а) 24 ноября;
- б) 13 января;
- в) 11 июня;
- г) 3 мая.

91. Анкетирование – это способ сбора информации, который используется в жанре:

- а) рецензия;
- б) обозрение;
- в) репортаж;
- г) интервью.

92. Закон РФ «О СМИ» определяет обязанности журналиста в ... статье:

- а) 15;
- б) 49;**
- в) 109;
- г) 80.

93. Объем рекламы в теле- и радиоэфире не должен превышать:

- а) 20% объема вещания;**
- б) 30% объема вещания;
- в) 35% объема вещания;
- г) 10% объема вещания.

94. Укажите условие, при котором допускается распространение продукции СМИ:

- а) издание или передача полностью сформированы;
- б) главный редактор дал разрешение на выход в свет или эфир;**
- в) административные органы выдали соответствующее разрешение;
- г) если такое разрешение дала суд или прокуратура.

95. Сформулируйте гражданскую позицию журналиста:

- а) в практической деятельности реализуется профессиональный долг, который есть служение во благо всех членов общества;**
- б) информация, которую журналист доносит до широких масс людей, должна быть достоверной и не иметь оттенков субъективности;
- в) непринятие цензуры;
- г) информация должна иметь не предвзятый характер.

96. Чаще всего против журналистов подают исковые заявления в суд из-за:

- а) пропаганды экстремизма;
- б) необъективной подачи информации;
- в) нарушения прав потребителей;
- г) унижения чести, достоинства, деловой репутации и клеветы.**

97. Задержан крупный наркоторговец. Следуя профессиональному долгу, журналист:

- а) подчеркивает, что сообщает о происшествии первым/одним из первых;
- б) дает максимально подробную информацию о ходе задержания и самом задержанном, присовокупляя субъективные оценочные суждения;
- в) пересказывает пресс-релиз следственных органов;
- г) дает краткую, без идентифицирующих признаков информацию о задержании**

98. Если кандидаты отказываются от платного эфирного времени, может ли организация СМИ продать все платное эфирное время одному кандидату?

- а) может только государственное СМИ;
- б) может только негосударственное СМИ;
- в) СМИ не могут продать все одному кандидату;**
- г) может при условии, если разрешение даст учредитель СМИ.

99. Вправе ли телерадиокомпания требовать от кандидата письменного согласия композитора, автора слов песни, если эти произведения используются кандидатом в его рекламном ролике?

- а) да, в соответствии с ГК РФ;**
- б) нет, это вмешательство в рекламный материал;
- в) не обязательно; редакция не несет ответственности за содержание рекламы;
- г) да, учредитель СМИ дал разрешение на это.

100. Закон о рекламе не регулирует вопросы:

- а) неэтичной рекламы;

- б) социальной рекламы;
- в) политической рекламы;**
- г) заведомо ложной рекламы.

Контролируемые компетенции: ОПК-5, ОПК-7

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.

Курсовая работа - не предусмотрена

Вопросы к зачету

1. Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека.
- 2.Источники права СМИ.
- 3.Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия.
- 4.Постановление Пленума Верховного суда РФ «О практике применения Закона РФ «О средствах массовой информации» (2010): основные принципы.
- 5.Закон РФ «О средствах массовой информации»: основные понятия.
- 6.Государственная регистрация СМИ.
- 7.Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура его принятия.
- 8.Устав юридического лица и его отличия от редакционного устава.
- 9.Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.
- 10.Добровольное прекращение деятельности СМИ. Порядок прекращения деятельности СМИ за злоупотребления свободой массовой информации.
- 11.Система государственной поддержки СМИ медиаиндустрии на современном этапе.
- 12.СМИ как инструмент противодействия коррупции.
- 13.Информационная безопасность.
- 14.Прозрачность отношений собственности в медиаиндустрии. Ограничения права собственности иностранцев на СМИ.
- 15.Принципы и порядок лицензирования вещателей в России.
- 16.Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию, её статус и функции.
- 17.Правовые проблемы перехода медиаиндустрии на цифровое эфирное вещание в России.
- 18.Особенности лицензирования компаний кабельного телевидения в России.
- 19.Проблемы правового регулирования медиаиндустрии в условиях конвергенции.
- 20.Интернет и СМИ. Государственный контроль и Интернет.
- 21.Правовые аспекты организации интернет-СМИ.
- 22.Правовые проблемы Интернета.
- 23.Реклама и свобода массовой информации. Общие положения Закона «О рекламе» 2006 г.
- 24.Правовое регулирование рекламы в СМИ.
- 25.Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы.
- 26.Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
- 27.Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование рекламной деятельности.
- 28.Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений.
- 29.Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама».

30.Изменения в регулировании рекламы, привнесённые Директивой Евросоюза «Об аудиовизуальных медиауслугах».

31.Право на информацию.

32.Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы.

33.Запрос редакции на получение информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования.

34.Порядок аккредитации и лишения аккредитации редакции в государственных органах, организациях и учреждениях.

35.Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа.

36.Государственная тайна. Порядок отнесения сведений к государственной тайне.

37.Коммерческая тайна.

38.Ответственность журналистов и редакций за распространение секретной информации.

39.Конвенция Совета Европы о доступе к официальным документам.

40.Правовые проблемы Викиликс.

41.Четвёртая часть Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальной собственности.

42.Авторское право и смежные права.

43.Неимущественные права и исключительное право авторов.

44.Право на вознаграждение.

45.Специфика авторских правоотношений в СМИ.

46.Авторское право на интервью и новостное сообщение.

47.Служебные произведения: права работодателя на их использование.

48.Авторские общества.

49.Ответственность за незаконное использование объектов авторского права или смежных прав.

50.Допустимость свободного использования произведений.

51.Международные конвенции о защите авторских прав.

52.Российское избирательное право и СМИ.

53.Принцип равных прав доступа к СМИ кандидатов на выборные посты.

54.Основные положения Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

55.Понятие, виды и содержание предвыборной агитации. Предвыборная агитация и информирование.

56.Общие условия проведения агитации через СМИ.

57.Порядок предоставления бесплатного и платного времени в программах электронных СМИ.

58.Ответственность редакции и журналистов за нарушение права на проведение агитации.

59.Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные.

60.Право на изображение. Согласие на распространение сведений.

61.Личная жизнь публичных фигур. Открытые сведения о доходах и имуществе.

62.Возрастная классификация фильмов и программ.

63.Законодательство субъектов РФ о защите общественной нравственности.

Контролируемые компетенции: ОПК-5, ОПК-7

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.

Вопросы к зачету с оценкой

1. Реклама и свобода массовой информации. Общие положения Закона «О рекламе» 2006 г.
2. Правовое регулирование рекламы в СМИ.
3. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы.
4. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.
5. Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование рекламной деятельности.
6. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений.
7. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама».
8. Изменения в регулировании рекламы, привнесённые Директивой Евросоюза «Об аудиовизуальных медиауслугах».
9. Право на информацию.
10. Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы.
11. Запрос редакции на получение информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования.
12. Порядок аккредитации и лишения аккредитации редакции в государственных органах, организациях и учреждениях.
13. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа.
14. Государственная тайна. Порядок отнесения сведений к государственной тайне.
15. Коммерческая тайна.
16. Ответственность журналистов и редакций за распространение секретной информации.
17. Конвенция Совета Европы о доступе к официальным документам.
18. Правовые проблемы Викиликс.
19. Четвёртая часть Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальной собственности.
20. Авторское право и смежные права.
21. Неимущественные права и исключительное право авторов.
22. Право на вознаграждение.
23. Специфика авторских правоотношений в СМИ.
24. Авторское право на интервью и новостное сообщение.
25. Служебные произведения: права работодателя на их использование.
26. Авторские общества.
27. Ответственность за незаконное использование объектов авторского права или смежных прав.
28. Допустимость свободного использования произведений.
29. Международные конвенции о защите авторских прав.
30. Российское избирательное право и СМИ.
31. Принцип равных прав доступа к СМИ кандидатов на выборные посты.
32. Основные положения Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».
33. Понятие, виды и содержание предвыборной агитации. Предвыборная агитация и информирование.
34. Общие условия проведения агитации через СМИ.
35. Порядок предоставления бесплатного и платного времени в программах электронных СМИ.

36. Ответственность редакции и журналистов за нарушение права на проведение агитации.
37. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные.
38. Право на изображение. Согласие на распространение сведений.
39. Личная жизнь публичных фигур. Открытые сведения о доходах и имуществе.
40. Возрастная классификация фильмов и программ.
41. Законодательство субъектов РФ о защите общественной нравственности.

Контролируемые компетенции: ОПК-5, ОПК-7

Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.

Вопросы к экзамену – не предусмотрен учебным планом

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ