



**МЕЖДУНАРОДНАЯ МЕДИЙНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА – НОВЫЕ МЕДИА**

**Promoting New Media and Media
Convergence in Russia Program
(PNMC)**



**ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ
для сотрудников НКО, медиаюристов,
журналистов и блогеров**

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Представляем вашему вниманию первый номер нового информационного бюллетеня *Международной медийной образовательной Программы – Новые медиа*. В нем мы собрали материалы онлайн и печатных изданий, касающихся новых медиа. Новости соцсетей, интернет-компаний, обзор ньюмедийных событий в России и за рубежом, изменения в российском законодательстве и интервью на тему новых медиа – все это вы найдете в нашем бюллетене. Он предназначен как для журналистов и блогеров, так и для медиаюристов и сотрудников НКО. Желаем вам приятного чтения!

ОКТАБРЬ - НОЯБРЬ 2011

Содержание:	Стр.
Новости интернет-компаний, социальных сетей и микроблогов Twitter-аккаунт "Человек-журнал" зарегистрирован как СМИ Mail.ru Group запускает "русский Twitter" ВКонтакте хочет собрать у себя топ-блогеров ЖЖ В сеть или смерть Facebook остается лидером среди соцсетей Скандальный проект на сайте "Новой газеты". Носик: ЖЖ полностью изменит формат	3
Новости официальных органов власти В декабре в рунете появится цензура СМИ для служебного пользования Компьютер Роскомнадзора начнет следить за интернет-СМИ с 15 декабря Дмитрий Медведев предложил наказывать информационных посредников за нарушение авторских прав Д. Медведев предлагает наказывать за призывы к насилию в интернете	11
Новое в медийном законодательстве Что нужно для регистрации СМИ? ВНИМАНИЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: О внесении изменений в заявительные документы на получение государственных услуг по регистрации СМИ и лицензированию телерадиовещания	17
Зарубежные новости об интернет и новых медиа Власти Китая будут бороться с журналистами, разрушающими "социальную гармонию" Власти США хотят сделать обман в Интернете преступлением	20
Интервью месяца Георгий Кудинов: соцсети не заменят профессиональной журналистики	23
Новости Международной Медийной Образовательной программы – Новые медиа 21 ноября-21 декабря принимаются заявки на участие в конкурсе 14 декабря 2011 года состоится презентация правового компонента программы	26

Новости интернет-компаний, социальных сетей и микроблогов

Twitter-аккаунт "Человек-журнал" зарегистрирован как СМИ.

Роскомнадзор, возможно, в первый и последний раз зарегистрировал в качестве электронного периодического издания блог на сервисе микроблогов Twitter жителя Санкт-Петербурга Даниила Пленина, - поправки, ограничивающие такую возможность, вступят в силу 10 ноября.

"Мы не можем сказать, что это первый Twitter-блог, зарегистрированный как СМИ, поскольку пока заявители не обязаны указывать доменное имя. После того, как поправки вступят в силу 10 ноября, там уже нужно будет указывать доменное имя", - сказал представитель Роскомнадзора Михаил Воробьев.

Правительство России в октябре утвердило новый перечень документов, прилагаемых к заявлению о регистрации средства массовой информации. Согласно распоряжению правительства, которое вступит в силу 10 ноября, для регистрации интернет-издания будут нужны копии документов о праве на использование доменного имени сайта.

Воробьев подтвердил, что Роскомнадзор зарегистрировал электронное периодическое издание "Человек-журнал", расположенное по адресу twitter.com/#!/dplenin.

"Электронное периодическое издание зарегистрировано - учредитель Пленин Д.Ю., Санкт-Петербург. Значит, он подал все документы в соответствии с законом. Роскомнадзор зарегистрировал данное издание как электронное периодическое издание", - сказал он.

Это не первый случай в рунете, когда пользователь регистрирует свой личный блог в качестве СМИ. Свидетельство о регистрации СМИ в 2008 году получил популярный блогер Сергей Мухаммедов. Его "личным СМИ" является блог "Оттенки серого" на сервисе LiveJournal.

Сервис микроблогов Twitter позволяет пользователям публиковать сообщения длиной не более 140 символов. Ресурс популярен как у обычных пользователей, так и у различных компаний, которые используют собственные Twitter-блоги для публикации новостей и общения с пользователями. Сервисом микроблогов Twitter ежемесячно пользуются около 100 миллионов человек, причем половина из них делает это ежедневно. При этом 55 миллионов зарегистрированных пользователей заходят на сервис со смартфонов или планшетных компьютеров.

Источник: РИА Новости, дата публикации: 19.10.2011

<http://ria.ru/society/20111014/459020479.html>

Mail.ru Group запускает "русский Twitter".

Как стало известно "Ъ", российская Mail.ru Group создает сервис микроблогов — конкурента Twitter. Интернет-пользователям нравится краткость: в России аудитория традиционного Livejournal ("Живой журнал", ЖЖ) за год к сентябрю увеличилась на 2%, а Twitter, ограничивающий авторов 140 знаками, вырос на 56%.

О том, что Mail.ru Group создает собственный сервис микроблогов, "Ъ" рассказали источник в самой компании и менеджеры из двух медиахолдингов. По словам одного из них, новый сервис будет интегрирован с другими онлайн-проектами Mail.ru Group: сообщения в микроблоге могут

транслироваться в профили автора на других сайтах. Курирует создание "русского Twitter" вице-президент по коммуникационным продуктам Mail.ru Group Анна Артамонова, добавил собеседник "Ъ".

В пресс-службе Mail.ru Group отказались от официальных комментариев.

Интернет-компания Mail.ru Group совладеет социальными сетями "Одноклассники" (100%), "Мой мир" (100%), "В контакте" (39,99%), Facebook (2,33%), сервисами мгновенного обмена сообщениями ICQ (100%) и "Mail.ru Агент", платежным сервисом Qiwi (21,35%), производителем игр Zynga (1,41%), скидочным сервисом Groupon (4,63%), HeadHunter.ru (97,2%) и другими. В первом полугодии выручка Mail.ru Group составила \$228,2 млн, EBITDA — \$116,5 млн. По данным на конец сентября, 17,7% голосующих акций (15,6% в капитале) принадлежало основателям, включая Юрия Мильнера, менеджменту и сотрудникам, 35% (29,1%) — южноафриканскому Naspers, 45% (25,4%) — New Media and Technology Investment Алишера Усманова, 1,4% (7,8%) — китайской Tencent, 0,2% (2,2%) — остальным, 19,9% — в свободном обращении на LSE. Капитализация в пятницу — \$7,4 млрд.

Самым популярным сервисом микроблогов сейчас является американский Twitter, работающий с июля 2006 года. Его автор может писать сообщения размером не более 140 знаков, подписываться на ленты сообщений других авторов, ставить ссылки. По данным ComScore, в сентябре 2011 года мировая аудитория Twitter составляла 157,3 млн уникальных посетителей, или на 54% больше, чем в сентябре 2010 года (см. таблицу). В России аудитория Twitter росла еще быстрее — на 56%, до 3,4 млн уникальных посетителей. Микроблогинг — один из самых сильных трендов в интернете, отмечает менеджер, близкий к Mail.ru Group.

Один из основных владельцев Mail.ru Group Алишер Усманов является и совладельцем Twitter: фонд DST Global II, в котором он участвует, входит в пул инвесторов, выкупивших в июле 2011 года 5% сервиса микроблогов примерно за \$400 млн. Кроме того, структуры господина Усманова через компанию SUP Fabrik владеют примерно половиной традиционного сервиса блогов Livejournal.com.

Аудитория Livejournal.com в сентябре 2011 года составляла 11,1 млн уникальных посетителей из России (30,1 млн — в мире), показатели сентября прошлого года ComScore не раскрывает. По данным TNS Web Index, мировая аудитория Livejournal.com в минувшем сентябре составила 29,1 млн уникальных посетителей, за год она увеличилась на 22,2%, в России было 11,9 млн и 2,3% соответственно.

Сервис микроблогов нужен Mail.ru Group для расширения линейки продуктов, а также усиления вовлеченности интернет-пользователей, отмечает аналитик "Тройки Диалог" Анна Лепетухина. По ее словам, новый сервис будет конкурировать "за время пользователя" с Livejournal, но больше всего — с Twitter. Эксперт "Финама" Леонид Делицын уверен, что Mail.ru Group обеспечит свои микроблоги большой аудиторией, но станут ли они престижными, как Twitter, куда пишет Дмитрий Медведев, еще вопрос. Монетизировать микроблоги будет нелегко, даже Twitter пока убыточен, предупреждает аналитик "Уралсиба" Константин Белов.

Источник: «Коммерсантъ» (Владислав Новый, Сергей Соболев), дата публикации: 31.10.2011
<http://www.kommersant.ru/doc/1807197?isSearch=True>

ВКонтакте хочет собрать у себя топ-блогеров ЖЖ.

«ВКонтакте» хочет потеснить «Живой журнал» и собрать у себя топовых блогеров Рунета. По новой стратегии развития соцсеть должна стать блог-платформой и измениться до неузнаваемости через полгода-год. Популярные блогеры уверены, что юная аудитория соцсети не читает их тексты, и предпочитают оставаться на «старом» ресурсе. Глава LiveJournal в России Светлана Иванникова не видит в соцсети конкурента.

«Мы переходим к модели блог-платформы, чтобы предоставить пользователям полный функционал для создания больших текстов», — рассказал пресс-секретарь «ВКонтакте» Влад Цыплухин. Прежде писать объемные заметки в соцсети было неудобно, сервис был адаптирован для микроблогов, поясняет он. «Сейчас мы ведем переговоры с известными блогерами, они указывают, какие неудобства для создания блогов остаются на сайте, — говорит г-н Цыплухин. — Свои страницы в нашей соцсети уже ведут Илья Варламов, Артемий Лебедев и Сергей Доля — следим за их деятельностью и принимаем отзывы».

Сотрудничество с блогерами будет идти на безвозмездной основе. «ВКонтакте» планирует рекомендовать начинающим пользователям «ВКонтакте» подписку на странички известных блогеров через блок «Возможные друзья».

Вчера на сайте появилось несколько обещанных нововведений. В записи пользователя теперь можно прикрепить заметки большого объема и редактировать их так же, как в «Живом журнале». Кроме того, соцсеть ввела новые принципы ранжирования ленты новостей по степени важности.

Одновременно «ВКонтакте» убирает лишнее: закрылись сервисы объявлений, мнений и вопросов. По словам г-на Цыплухина, они соцсети не нужны, потому что основной функцией сайта должно оставаться общение. Он обещает, что ресурс изменится до неузнаваемости через полгода-год: разработчики осуществили только 10% от запланированного.

«Мы, как и многие сервисы, боремся за время пользователей, однако объективно конкурентов у ЖЖ нет, мы не замечаем оттока аудитории ни во «ВКонтакте», ни куда-либо еще», — говорит Светлана Иванникова, руководитель LiveJournal Russia. По ее словам, «ВКонтакте» придется полностью изменить концепцию для заявленных целей. Социальная сеть создана для распространения контента и ограничена количеством друзей и приватностью страницы, отмечает она. «В свою очередь блог-платформа позволяет писать объемные тексты и действительно привлекать внимание аудитории, не ограниченной списком друзей», — говорит г-жа Иванникова.

Блогер Сергей Доля сообщил, что соцсеть не обращалась к нему за консультациями.

«Я зарегистрирован в «ВКонтакте», но свои посты там не размещаю», — сообщил он. «Лично меня полностью устраивает ЖЖ. Ссылки на свои посты «ВКонтакте» я не ставлю», — пояснил блогер. По словам г-на Доли, топ ЖЖ занимают люди зрелого возраста и пользователи «ВКонтакте» его практически не читают. Он общается в соцсети только с теми, с кем знаком лично, в список его друзей входят всего 20 человек.

Артемий Лебедев также сообщил, что не сотрудничал с разработчиками «ВКонтакте». В соцсети у него всего два друга — ее создатель и пресс-секретарь.

Популярный фотоблогер Илья Варламов не указывает «ВКонтакте» в числе активных страниц в соцсетях на своем официальном портале и ретранслирует свои посты в Twitter.

Западный конкурент российской соцсети Facebook отводит себе в России роль агрегатора контента и инструмента продвижения сторонних блогов. «Facebook — важный канал продвижения блога, дающий доступ к очень активной среде распространения информации», — сообщают в пресс-службе сети.

Источник: РБК daily (Анастасия Фомичева), дата публикации: 02.11.2011

<http://www.rbcdaily.ru/2011/11/02/media/562949981939448>

В сеть или смерть.

Блогеры сегодня — олицетворение гражданской активности, неподцензурных новостей и честных мнений о товарах и услугах. Блогеры из топ-10 "Яндекса" по своей влиятельности уже превосходят большинство журналистов. И неплохо на этом зарабатывают. Но именно возможность подзаработать, скорее всего, приведет к тому, что блоги проиграют традиционным СМИ войну за читателей.

В сентябре 2011 года Антон Носик, автор одного из самых популярных в России блогов dolboeb, написал свой первый платный пост. Расценки Носика средние для рынка — 100 тыс. руб. "У меня появились моральные основания поставить такую цену. Хотя очевидно, что это не те деньги, на которые я живу", — говорит Антон Носик. Больше всех за рекламные посты просит Артемий Лебедев (ЖЖ-ник tema), у которого, как он сам говорит, рекламный пост стоит \$7 тыс. Нормальные же для топ-10 "Яндекса" расценки — около 50 тыс. руб. Их просят за посты, например, Илья Варламов, пишущий под ником zyalt, или Игорь Бигдан (ibigdan). Оба блогера без всяких обиняков рассказали о расценках корреспонденту СФ.

Откуда такой разброс цен? "Очевидно, что личность блогера в реальной жизни влияет на цену, — считает Антон Носик. — У Лебедева пост стоит таких денег, потому что в реальной жизни он руководитель одной из самых успешных российских дизайн-студий".

***56 блогеров** из сотни самых влиятельных в ЖЖ имеют аккаунты на Facebook, 49 человек из 100 имеют аккаунты в Twitter. Впрочем, адекватных возможностей монетизировать аудиторию другие социальные сети блогерам пока не предложили*

Ошибки резидента

Объем рекламного рынка в социальных сетях разными экспертами оценивается в 300-450 млн руб. 90% рекламы в соцсетях скрытая, считает совладелец "Нового интернета" Константин Максимюк. В такой ситуации не всегда есть смысл обращаться к одному блогеру из топ-10.

Сопоставимого эффекта можно достичь, если провести рекламную кампанию, распылив информацию по более скромным — и более дешевым — "тысячникам". Правда, эта "распыленная" рекламная кампания рискует обернуться против рекламодателя. В конце 2007 года "Утконос"

заказал скрытую рекламу нескольким "тысячникам", но допустил ошибку, разместив объявления с почти одинаковым текстом. Обман вскрылся, вышел скандал.

А летом прошлого года МВД, уставшее от негативной информации, решило провести рекламную кампанию и предложило 50 "тысячникам" написать что-то хорошее о милиционерах за 2 тыс. руб. Но агентство — организатор акции Garin Studio допустило серьезный промах: мало того что предложило написать пост оппозиционно настроенному политэкономисту Роману Доброхотову, так еще и раскрыло ему списки остальных писавших заказуху блогеров. Рекламная кампания МВД после этого, понятно, провалилась.

Черный пират

По данным агентства Matik, около 40% российских компаний сталкиваются с черным пиаром. Например, в 2010 году в Сети появились ролики, в которых человек разворачивал упаковку шоколада KitKat и обнаруживал там палец орангутанга.

Автором ролика себя объявила Greenpeace, заявившая, что Nestle производит шоколадки из пальмового масла: для его производства, дескать, незаконно вырубаются тропические леса Индонезии, из-за чего гибнут орангутанги. Интересно, что эти ролики вызвали массу вопросов у блогеров, отмечавших, что пальмовое масло используется для производства многих кондитерских изделий, однако в ролике шла речь только про Nestle. Так что репутация оказалась испорчена и у Nestle, и у Greenpeace. Только конкурент Nestle, который, как считают блогеры, и затеял войну, остался незапятнанным, ведь его участие в боевых действиях было минимальным.

Блоги лучше, чем традиционные СМИ, помогают зачинщику медиаконфликтов оставаться в тени. То же агентство Matik отмечает два главных способа появления и распространения пиратской информации. Первый — лжекомментарии, когда под видом представителей компании заявления делают пиарщики конкурента. Второй — ложный профайл, когда, например, в Twitter создаются странички, якобы принадлежащие тем или иным компаниям. На самом же деле их делают конкуренты, чтобы переманивать часть целевой аудитории и распространять негативную информацию о других брендах.

Бороться с этим можно только с помощью молниеносной реакции. В 2008 году в блоги просочилась переписка из Facebook сотрудников Virgin Atlantic, работающих в британском аэропорту Гатвик. Сотрудники предполагали, что на борту водятся тараканы, а пассажиров называли гопниками. Virgin Atlantic не стала выяснять, были или нет взломаны профайлы сотрудников или им заплатили конкуренты, а, не раздумывая, уволила всех участников дискуссии — 13 человек. Скандал благодаря таким решительным мерам удалось замять — общественность осталась довольна действиями компании, которая свалила все на нерадивость отдельных своих сотрудников.

Новые площадки

Большинство компаний под выражением "вести работу в блогах" подразумевают именно ЖЖ. Между тем ключевые бои давно уже перешли на новые площадки — в сетях "В контакте" и Facebook. В качестве прямой рекламы обычно использовались баннеры. Месячная стоимость размещения таких баннеров в группе могла достигать 100 тыс. руб., говорит руководитель службы

по работе с коммуникационными сетями агентства "Социальные сети", администратор полутора десятков групп "В контакте" Тимур Краснобрижев. Что касается скрытых рекламных постов, то они, конечно, тоже есть. Александр Круглов, который является администратором нескольких групп во "В контакте" с количеством пользователей около миллиона и выше, говорит, что цены за рекламный пост в группе составляют обычно от 500 до 3 тыс. руб.

В группах можно не только размещать рекламу. Группу можно продать. Тимур Краснобрижев подчеркивает, что не участвовал в таких сделках, ведь они запрещены руководством "В контакте", которое безжалостно удаляет группы, заподозренные в перепродаже. Тем не менее спрос на группы был крайне велик, особенно в конце 2009 года. Тогда цена доходила до рубля за пользователя, так что, по словам Краснобрижева, на рынке были группы, сделки по которым превышали миллион рублей. Покупателями выступали брэнды, например пивные компании, которые желали заполучить какой-нибудь "клуб любителей пива", не обязательно являющийся фан-клубом конкретной компании, и публиковать выгодные для себя посты.

Продавцами обычно являются администраторы группы. Бизнес был столь популярен, что породил волны взломов аккаунтов, с которых хакеры вступали в нужные группы. Такую раздутую за час группу могли выставить на продажу. Но в октябре этого года "В контакте" ввела ограничения на группы, теперь они не видны на главной страничке, а скрыты и свернуты. Посещаемость групп с тех пор просела на треть, отмечает Краснобрижев. Так что рекламодатели, задумавшиеся было о "В контакте", возможно, вернуться обратно в ЖЖ — вместе со скандалами вокруг черного пиара и скрытых рекламных кампаний.

Личность блогера в реальной жизни влияет на цену. У Лебедева пост стоит \$7 тыс., так как он успешный дизайнер

Источник: «Коммерсантъ» (Ксения Леонова), дата публикации: 05.11.2011

<http://www.kommersant.ru/doc/1797282?isSearch=True>

Facebook остается лидером среди соцсетей.

Этому не могут помешать даже локальные аналоги вроде «Вконтакте»

Социальная сеть Facebook, несмотря на наличие во многих странах мира своего аналога, по-прежнему остается глобальным лидером, сообщает [Bloomberg](#).

В то время как количество пользователей локальных соцсетей сокращается, посещаемость Facebook увеличивается. Эксперты связывают это с тем, что пользователи стремятся завести международные связи и общаться с людьми, живущими во всех уголках планеты. Основатель Facebook Марк Цукерберг в прошлом году заявил, что в ближайшие несколько лет число пользователей крупнейшей в мире соцсети достигнет миллиарда. Сама компания оценивается в \$68 млрд, напоминает SharesPost Inc.

Попытки Facebook запретить локальные «копии» заканчивались неудачно. В 2008 году соцсеть подала в суд на германскую StudiVZ. Сама StudiVZ все обвинения отрицала. Немецкий суд в иске отказал.

Представитель аналога Facebook в России сайта «ВКонтакте» Владислав Цыплухин рассказал Bloomberg, что ресурс остается «лидером с точки зрения подвижности, технологии и дизайна». «Не важно, кто сделал первый стул. Важно, чей стул лучший», – заявил Цыплухин.

В России Facebook – третья по популярности социальная сеть. Пользуются ей 9,3 млн человек, в то время как «ВКонтакте» насчитывает 34,3 млн пользователей, а «Одноклассники» – 27 млн.

Однако количество пользователей Facebook растет значительно быстрее, чем ее аналогов. С сентября 2010 года число пользователей Facebook выросло на 67%, «ВКонтакте» – на 13%, «Одноклассников» – на 44%, подсчитала ComScore.

По словам аналитика Gartner Inc., «на таких рынках, как российский, много тех, кто общается только с другими русскими». Поэтому для многих переходить на Facebook нет необходимости, считает аналитик.

Источник: *Газета.Ru*, дата публикации: 09.11.2011

http://www.gazeta.ru/news/business/2011/11/08/n_2087258.shtml

Скандальный проект на сайте "Новой газеты".

"Новая газета" начала развивать свой сайт. В частности, на сайте появился анонс нового проекта - интервью-депозитария. В тексте под заголовком «Внимание тех, кого завтра посадят», НГ обращается к предпринимателям, чиновникам, сотрудникам правоохранительных органов и другим обеспокоенным лицам

"Если Вы почувствовали надвигающуюся угрозу — приходите к нам и рассказывайте обо всем, что с вами происходит, почему происходит и кто это с вами делает. Обещаем: запись Вашего интервью и подписанный Вами текст его расшифровки будет надежно скрыт в банковской ячейке. До момента Вашей посадки", - сообщает "Новая газета".

Если раньше сайт "Новой газеты" работал с перебоями и содержал в основном статьи из "бумажной" версии, то с недавнего времени проект novayagazeta.ru развивается по собственному плану. Добавлены оперативные новости, самые резонансные происшествия собраны в сюжеты ("Выборы", "Госзакупки", "Дело Магнитского"). На главной странице транслируются "тви-новости", выделены "Самое читаемое" и "Самое обсуждаемое".

Как рассказала Media-Day.ru Надежда Прусенкова, руководитель пресс-службы издания, к разработке нового сайта был привлечен сторонний подрядчик. Контентом Интернет-версию заполняют сотрудники редакции, были проведены перестановки внутри коллектива, что позволило выделить людей для работы над электронной "Новой газетой".

Анонсированный два дня назад проект "Интервью-депозитарий" адресован всем, "кого завтра посадят... предпринимателям, чиновникам, сотрудникам правоохранительных органов и другим обеспокоенным лицам": "Вам, как никому другому, известно: завтра и вы можете оказаться в тюрьме... Как только с Вами произойдет подобная неприятность — Ваше интервью будет напечатано. Если, на счастье, беда минует Вас, Ваши добровольные показания мы с удовольствием вернем Вам по первому требованию".

Виталий Ситницкий, руководитель проекта «Инфоротор» (inforotor.ru), отметил, что на обновленном сайте "Новой газеты" акценты расставлены правильно, грамотно выбраны места для тизеров. При этом он подчеркнул, что редизайн сайта - это всегда большой риск потерять часть аудитории.

- Кроме того, при запуске сайты СМИ, как правило, выглядят идеально, но со временем "обрастают" внедренными наспех блоками, сервисами, разделами, не имеющими ничего общего со стилистикой и навигацией первоначального сайта, - отметил руководитель проекта «Инфоротор».

Источник: [Media-Day.ru](http://www.media-day.ru), дата публикации: 14.11.2011

<http://www.media-day.ru/topnews/8847/>

Носик: ЖЖ полностью изменит формат.

Руководство крупнейшего в России блогостинга намерено обновить его дизайн и убрать рекламу со страниц пользователей

Новая команда «Живого журнала» намерена полностью изменить формат крупнейшего в стране блогостинга. Об этом блогерам сообщили руководитель LiveJournal в России Илья Дронов и медиа-редактор компании SUP Антон Носик, сообщают [РИА «Новости»](#).

По словам Носика, «2012 год обещает быть очень интересным в эволюции компании. SUP нужно будет себя переизобретать, а это потребует много креативных мыслей, мозгового штурма». В начале 2012 года в Европу будет перемещена часть серверов, которые сейчас расположены в США.

Компания также обновит внешний вид всего сервиса. Разработкой нового дизайна LiveJournal занимается Студия Артемия Лебедева. Кроме того, со страниц пользователей будут удалены рекламные баннеры. В рамках модернизации блогостинга планируется легализация рекламы, которую пользователи самостоятельно размещают в своих блогах

Известный блогер Антон Носик вернулся в SUP в должности медиа-директора. Ранее он работал в компании с 2006 по 2008 годы. В обязанности Носика входит развитие медиа-проектов SUP, в том числе LiveJournal. По словам блогера, он вернулся в компанию в связи с тем, что после ухода все еще продолжал принимать участие в обсуждениях развития компании. В последнее время он стал делать это еще более активно.

Бывший глава LiveJournal Светлана Иванникова ушла из компании, чтобы развивать собственный проект. На ее должность был назначен бывший директор по развитию продуктов компании SUP Илья Дронов.

SUP Media располагает региональными офисами в Москве, Киеве и Сан-Франциско. С момента основания в 2006 году управляет ведущими интернет-проектами и осуществляет рекламные кампании. По данным SUP, на LiveJournal зарегистрировано более 30 млн пользователей по всему миру, наибольшая часть из которых – жители США и России.

Источник: [BFM.Ru](http://www.bfm.ru), дата публикации: 19.11.2011

<http://www.bfm.ru/news/2011/11/19/nosik-livejournal-polnostju-izmenit-svoj-format.html>

Новости официальных органов власти

В декабре в рунете появится цензура.

В начале декабря в России начнется постоянный мониторинг сетевых СМИ на соответствие законам. Специальное программно-аппаратное оборудование сможет проверять весь контент любых сайтов, в том числе комментарии читателей.

По мнению специалистов, нововведение ничем не угрожает официально зарегистрированным СМИ, однако создаст некоторые неудобства радикальным блогерам и тем, кто любит оставлять на сайтах популярных изданий экстремистские комментарии.

Так ли это, покажет практика, однако вопрос о том, насколько сильно это отразится на свободе слова в интернете, особенно актуален в связи с нечеткостью определения термина «средство массовой информации», не так давно принятого законодательно.

О программно-аппаратном комплексе контроля (ПАК) информационно-коммуникационной сети интернет пока известно лишь, что победителем государственного тендера на его создание 21 апреля 2011 года стала компания «ДатаЦентр», а словарь «ключевых выражений», по которым система будет выявлять незаконопослушных граждан, будет составлять 5 млн слов.

«Мнение о работе такой системы можно будет составить лишь тогда, когда станет известен список ключевых слов, используемых для мониторинга, — рассказал «Коммерсанту» главный редактор интернет-издания «Частный корреспондент» Иван Засурский. — Только тогда мы поймем ее подлинное предназначение. Но уже сейчас ясно, что сайтам в зарубежной юрисдикции и изданиям, не зарегистрированным как СМИ, ничего не угрожает»

Мощные системы слежения за гражданами существуют уже довольно давно, однако впервые силовые структуры проявили открытый интерес к подобным разработкам.

По официальной версии, спецструктуры должны их использовать для поиска преступников и предотвращения незаконных действий, однако наиболее востребован сбор персональных данных в сфере промышленного шпионажа, а базы данных, доступ к которым должен иметь лишь узкий круг лиц, систематически попадают в частные руки и выкладываются в сеть.

Источники: OpenSpace.ru и «Коммерсантъ», дата публикации: 24.10.2011

<http://www.openspace.ru/news/details/31287/>

СМИ для служебного пользования.

Министерство юстиции РФ заводит досье на блогеров и прессу исключительно для внутреннего пользования

За 3,5 млн. руб. Минюст РФ намерен приобрести систему мониторинга и анализа материалов СМИ и интернет-блогов. Отслеживание не менее 5 тыс. источников – газет, журналов, информагентств, телеканалов, радиостанций и даже авторских интернет-дневников – должно происходить непрерывно. Сообщения, подвергаемые мониторингу, будут касаться президента, премьера,

Минюста, других российских госорганов, а также Страсбургского суда и еще ряда тем правового характера. Цель создания такой системы объясняется служебной необходимостью. Однако Минюст не является уполномоченным госорганом в сфере СМИ. Мониторингом занимается Роскомнадзор, который свою систему слежения уже создал.

Министерство юстиции хочет в любой момент узнавать, что российские СМИ говорят по политическим и юридическим темам. Для этого ведомство объявило о желании установить у себя систему мониторинга и анализа информационных материалов СМИ и блогов. Соответствующее предложение размещено на сайте госзакупок. В начале ноября прием заявок будет прекращен. Требования к разработчику выглядят серьезно. Система обязана обеспечивать сбор, обработку, анализ и отображение текстовой, аудио- и видеоинформации, проходящей по всем открытым источникам. В качестве таковых обозначены ленты информагентств, передачи федеральных и региональных телеканалов и радиостанций, пресса – тоже федеральная и региональная, интернет-СМИ, сайты федеральных и региональных органов власти, а также в обязательном порядке интернет-дневники российских граждан.

Система должна будет не просто сбрасывать весь информационный массив в одно место, а в обязательном порядке проводить его лингвистический и статистический анализ. И наглядно отображать результаты этой работы на компьютере или планшете. Причем все это в реальном времени. Тематика мониторинга и анализа задается весьма обширная. Отслеживаться должно все, что связано с президентом и премьером, министром юстиции, его заместителями и самим министерством, Федеральной службой исполнения наказаний и ее руководством и аналогично – Федеральной службой судебных приставов.

Информация о главе МЮ должна быть разделена на позитив и негатив, да и использование его цитат тоже должно отслеживаться. По самому Минюсту позитив и негатив также станет выделяться в отдельные рубрики. Кроме того, ведомство будут интересовать все чрезвычайные происшествия и преступления, новости российского законодательства и правоприменения, зарубежное законодательство и новости Евросоюза, деятельность Европейского суда по правам человека, проблемы адвокатуры и нотариата и т.д.

Все это должно обрабатываться информационной системой таким образом, чтобы можно было вести поиск буквально по любому критерию как текущих сообщений, так и ушедших в архив. Разработчикам, которые собираются выиграть конкурс, предписано обеспечить информацию из не менее чем 5 тыс. источников. Причем делать это следует исключительно на основании договоров со всеми СМИ и, видимо, блогами. То есть никакого незаконного заимствования не допускается. Федеральная пресса должна быть представлена как минимум 90 изданиями.

В обязательном перечне, прилагаемом к аукционной заявке, действительно есть все ведущие издания. Скажем, «НГ» представлена там всеми своими приложениями. У других газет и журналов перечислены и региональные, и специализированные выпуски. В системе также должно мониториться не менее 1 тыс. региональных изданий. И не менее 35 передач центральных телеканалов, названия которых сразу же и перечислены. Плюс основные региональные каналы. А еще десяток радиопрограмм от ведущих станций типа «Свободы», РСН, «Эхо Москвы», «Радио России», «Маяк», «Вести FM» и другие. Основные региональные радиоканалы тоже должны мониториться – вместе с 1 тыс. интернет-СМИ и не менее чем 500, как указано, «наиболее влиятельными блогами».

Как пояснили «НГ» в пресс-службе Минюста, СМИ напрасно поднимают шум из грядущего тендера. «Речь идет о модернизации системы обработки публикаций, по которым работают пресс-службы всех ведомств. Сейчас нам приходится вбивать фамилии президента или министра вручную и искать по всем публикациям. В то время как новая система облегчит нам задачу», – объясняют в ведомстве. По словам сотрудников пресс-службы МЮ, полученная информация будет использоваться для рабочих нужд и докладов руководству.

У члена комитета Госдумы по информационной политике Ильи Пономарева инициатива ведомства вызвала недоумение: «Такую информацию может отслеживать администрация президента, Роскомнадзор, ФАС или МВД в рамках своей борьбы с экстремизмом. Но зачем это нужно Минюсту?» Собеседник «НГ» сразу озвучил вопросы к ведомству: «Во-первых, насколько расходование этих средств является целевым и кто согласовал их выделение? Во-вторых, какие выводы ведомство Коновалова собирается делать из прочитанного?» Однако вопросы о госзакупках российских ведомств в очередной раз, похоже, так и останутся чисто риторическими. Минюст настаивает, что мониторинг медиапространства должен идти непрерывно – 365 дней в году. Однако это министерство не является госорганом, уполномоченным в сфере СМИ. Данную обязанность осуществляет Роскомнадзор. Он провел свой конкурс еще весной, а в начале осени, как уже писала «НГ», подготовил проект постановления правительства о мониторинге массмедиа. Правда, исключительно для отлавливания проявлений экстремизма и различных нарушений закона о СМИ.

Источник: Независимая Газета (Иван Родин, Алексей Горбачев), дата публикации: 26.10.2011
http://www.ng.ru/politics/2011-10-26/3_smi.html

Компьютер Роскомнадзора начнет следить за интернет-СМИ с 15 декабря.

С 15 декабря в Роскомнадзоре заработает компьютерная система, детектирующая противоправный контент в онлайн-СМИ. Разработчики этой системы из московской компании «ДатаЦентр» рассказали «Маркеру», как она будет функционировать, а представители Роскомнадзора объяснили, почему многое по-прежнему придется делать силами экспертов — людей.

Нарушителей будет искать компьютер

В апрельском конкурсе Роскомнадзора на «разработку, поставку и монтаж программно-аппаратного комплекса контроля информационно-телекоммуникационной сети Интернет по соблюдению обязательных требований законодательства Российской Федерации» участвовали девять компаний. Победителем стало ООО «ДатаЦентр», обещавшее к декабрю создать такую систему за 4,6 млн рублей (стартовая цена конкурса — 15 млн рублей). Отвечая на вопрос об опыте контент-проектов, представитель «ДатаЦентра» Ольга Володина сообщила, что ее фирма разрабатывала «закрытые» проекты для госорганизаций.

Как пояснил руководитель проекта компании «ДатаЦентр» Алексей Шило, создаваемый для Роскомнадзора программно-аппаратный комплекс (ПАК) — это сервер со специализированным программным обеспечением, с набором словарей и библиотекой материалов, признанных противоправными. Этот ПАК анализирует материалы интернет-СМИ (сайтами, не имеющими лицензий СМИ, Роскомнадзор не занимается). Обнаружив материалы, которые прежде уже

признаны противоправными, он посылает сообщение сотрудникам надзорного ведомства. То же происходит, если в статьях встречаются слова из специальных словарей — названия наркотиков, оскорбительные именованя наций, призывы к противоправным действиям и т. п. По словам Алексея Шило, система будет анализировать контекст, в котором встречаются слова из «группы риска», ведь, допустим, слова «пойдем мочить» теоретически могут относиться к стирке белья.

Представители «ДатаЦентра» утверждают, что их ПАК будет анализировать, в том числе графическую, аудио- и видеоинформацию. В конкурсной заявке этой компании речь шла о 17 текстовых форматах, 10 — графических, 14 — аудио и 11 — видео.

Конечно же, компьютерная система не сможет определить все случаи противоправного контента, признает начальник управления Роскомнадзора Николай Новиков. Компьютер — лишь один из вспомогательных инструментов для контроля. К тому же решение о противоправности информации в любом случае должны принимать люди.

Компьютеру помогут люди

По данным Роскомнадзора, в стране зарегистрировано более 6 тыс. интернет-СМИ. Всего же лицензий на разные виды средств массовой информации выдано больше 90 тыс. В центральном офисе надзорного ведомства за контроль над СМИ отвечают 12 человек. Кроме того, у Роскомнадзора есть 75 региональных отделений — в каждом из них имеется 2–3 человека, отвечающих за эту работу.

Эти сотрудники, по словам замруководителя ведомства Константина Провоторова, должны мониторить СМИ не только на предмет экстремизма — есть еще охрана персональных данных и гостайны, борьба с порнографией, культом насилия и жестокости, пропагандой наркотиков и т. д.

С 1 сентября 2012 года у Роскомнадзора станет больше работы. Вступит в силу закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Он требует метить специальными знаками информационные продукты, не предназначенные для детей. Судя по тексту закона, это относится и к интернет-сайтам. Видов не предназначенной для детей информации очень много. Это, в частности, контент, отрицающий семейные ценности, формирующий неуважение к родителям, оправдывающий противоправное поведение, вызывающий у детей страх, ужас или панику и т. п.

В Роскомнадзоре надеются, что компьютерная система поможет им справиться со всей этой работой. По мнению представителя ведомства Михаила Воробьева, противоправный контент редко встречается в редакционных материалах — гораздо чаще его можно увидеть в комментариях читателей. Согласно прошлогоднему постановлению Верховного суда, интернет-СМИ должны удалить или отредактировать такие комментарии в течение одного рабочего дня после обращения Роскомнадзора. Если это не будет сделано, Роскомнадзор выносит интернет-СМИ предупреждение, предусмотренное законом «О средствах массовой информации».

Источник: «Маркер» (Александр Кондратьев), дата публикации: 02.11.2011

<http://www.marker.ru/news/505745>

Дмитрий Медведев предложил наказывать информационных посредников за нарушение авторских прав.

На прошлой неделе президент Дмитрий Медведев выступил на сессии бизнес-саммита "Группы двадцати". Среди тем, которые он затронул в своем выступлении, - защита прав интеллектуальной собственности в интернете.

Президент предложил определить "новые концептуальные механизмы" международного регулирования авторских прав в сети интернет. По мнению Медведева, старые принципы в новых условиях "нормально не работают". В частности, это связано информационными посредниками - операторами связи, владельцами интернет-сайтов и доменных имён, которые обеспечивают доставку контента от правообладателя к пользователю и между самими пользователями. Массовое размещение контента привело к многочисленным нарушениям при защите исключительных прав. Кроме того, в сети появляется контент, права на который принадлежат третьим лицам. Тогда как правообладатели настаивают на жёстком контроле, пользователи не готовы мириться с ограничениями.

Во-первых, Медведев выступает за определённый уровень правовой охраны объектов авторского и смежных прав в интернете, который устанавливался бы государствами. Таким образом, правообладатель сможет самостоятельно выбирать модель охраны своего произведения, которое наилучшим образом отвечает его интересам.

Во-вторых, необходимо введение специальной презумпции: использование объектов авторских и смежных прав в интернете является свободным, если правообладатель не заявил об обратном. При этом надо установить минимальный уровень защиты.

В-третьих, ответственность за нарушение авторского права и смежных прав должны нести информационные посредники - на общих основаниях, при наличии вины, кроме особых случаев. Эти предложения приведут к существенным изменениям в ряде международных договоров, включая Бернскую конвенцию по охране литературных и художественных произведений, либо к созданию отдельного нового международного договора.

Источник: [Sostav.ru](http://www.sostav.ru), дата публикации: 07.11.2011

<http://www.sostav.ru/news/2011/11/07/spr2/>

Д. Медведев предлагает наказывать за призывы к насилию в интернете.

Президент РФ Дмитрий Медведев выступает за разработку четких критериев, которые позволят правоохранительным органам привлекать к ответственности за распространение в интернете призывов к насилию. Об этом он сообщил на встрече с журналистами в Ростове-на-Дону. "В таких случаях нужно власть употреблять, потому что это подрывает основы общественного согласия", - сказал президент, отвечая на вопросы о националистических высказываниях некоторых блоггеров, а также политиков.

При этом Д. Медведев подчеркнул, что "юридическая ответственность за комментирование в интернете - это самое сложное, это может разрушить интернет".

"Настораживает та степень жесткости, даже жестокости этих суждений в новых медиа, в социальных сетях, и степень безответственности, - сказал он. - Пугает, что люди начинают привыкать, что это как бы нормально".

В ответ на просьбу прокомментировать лозунг некоторых политиков "Хватит кормить Кавказ" Д. Медведев заявил, что он носит провокационный характер. "Лозунг нечестный, неправильный и опасный", - подчеркнул он.

"Если посмотреть на ситуацию с трансфертами, кавказские республики занимают далеко не первое место. У нас всего 10-15 регионов - доноров, остальные - реципиенты", - сказал Д. Медведев и добавил, что ответственные политики вообще не вправе позволять себе допускать националистические высказывания. "Это чревато распадом страны", - подчеркнул он.

Источник: РБК, дата публикации: 22.11.2011

<http://www.radiportal.ru/law-club/14160/dmedvedev-predlagaet-nakazyvat-za-prizyvyy-k-nasiliyu-v-internete>

Новое в медийном законодательстве

Что нужно для регистрации СМИ?

Полный юридический анализ нового распоряжения правительства, определяющего перечень документов для регистрации средств массовой информации

В начале этого месяца российское правительство приняло распоряжение, определяющее новый перечень документов для регистрации средств массовой информации. Проект предусматривает более широкий спектр требуемых бумаг, в частности, копии учредительных документов СМИ, необходимость которых ранее опроверг Верховный Суд. Чтобы разобраться в хитросплетениях нового закона, Sostav.ru обратился за помощью к эксперту компании «Консультант Плюс» Илье Керенскому.

Распоряжение N 1752-р «Об утверждении перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации (перерегистрации) средства массовой информации» было принято правительством 6 октября. Данное распоряжение было издано во исполнение поправок к Федеральному закону «О средствах массовой информации», принятых в июне 2011 года. Поправки вступают в силу с 10 ноября, тогда же в силу вступит и распоряжение. В настоящее время перечень документов, которые заявитель должен приложить к заявлению о регистрации либо перерегистрации СМИ, содержится в Административном регламенте исполнения государственной функции по регистрации средств массовой информации

Некоторые положения регламента в части документов, подаваемых вместе с заявлением о регистрации СМИ, были признаны Верховным Судом РФ недействующими и не подлежащими применению с момента издания. В частности, ВС отменил требование о предоставлении заявителем копий учредительных документов учредителя СМИ при подаче заявления юридическим лицом или копий учредительных документов учредителя (с проставлением апостиля) и копии документов представительства данного юридического лица на территории России в случае подачи заявления иностранным юридическим лицом. Данные положения регламента были признаны не соответствующими Закону о СМИ и были отменены поправками, принятыми в июле.

Новый вариант документа вновь устанавливает для заявителя юридического лица требование о предоставлении копий учредительных документов, заверенных в установленном законодательством порядке. Распоряжение предусматривает ряд новых документов, которые необходимо будет подавать при регистрации (перерегистрации) средства массовой информации:

- документы, удостоверяющие личность и подтверждающие право на постоянное проживание в Российской Федерации (для заявителя – иностранного гражданина или лица без гражданства);
- список участников или выписка из реестра акционеров (для заявителя – юридического лица) при учреждении телеканала, радиоканала, теле-, радио-, видеопрограммы. Требование о предоставлении выписки из ЕГРЮЛ было снято. Однако заявитель может по своей инициативе предоставить такую выписку;
- копии документов, подтверждающих право использования доменного имени сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет при учреждении сетевого издания, заверенные в установленном законодательством Российской Федерации порядке. Отметим, что в настоящее время отсутствует нормативный правовой акт органа государственной власти, регулирующий порядок регистрации доменных имен.

Правила регистрации доменных имен в зонах .RU и .РФ установлены Координационным центром национального домена сети Интернет (решение N 2011-18/81 от 05.10.2011). Это ведомство ведет реестр сведений о зарегистрированных доменных именах второго уровня, и сведения из этого реестра могут быть использованы для подтверждения факта регистрации доменного имени (п. 9.2.1 Правил регистрации). По запросу пользователя, на которого зарегистрировано доменное имя в Реестре, регистратор, осуществляющий поддержку этого имени, обязан предоставлять администратору хранящуюся в Реестре информацию об этом имени. При этом Правилами регистрации доменных имен не установлено, в каком виде и в какие сроки данная информация должна быть предоставлена.

Координационный центр национального домена сети Интернет действует на основании соглашения с Международной корпорацией по присвоению имен и адресов (ICANN) в качестве Администратора национальных доменов .RU и .РФ. Однако в судебной практике встречается точка зрения, согласно которой регистрация доменного адреса в соответствии с правилами, установленными ICANN, не может быть достаточным основанием для удовлетворения иска о признании права на доменное имя, поскольку указанная регистрация не считается государственной, а ICANN является юридическим лицом по праву США.

В Законе о СМИ не прописаны последствия представления заявления о регистрации СМИ без приложения полного пакета документов. Данный Закон предусматривает два варианта негативного ответа со стороны регистрирующих органов на заявление о регистрации СМИ – заявителю могут либо отказать в регистрации, либо вернуть заявление без рассмотрения. При этом отказ в регистрации и оставление заявления без рассмотрения допускаются только при наличии оснований, предусмотренных Законом о СМИ (ст. 13). Но среди таких оснований представление неполного пакета документов не называется.

Источник: [Sostav.ru](http://www.sostav.ru), дата публикации: 28.10.2011

<http://www.sostav.ru/news/2011/10/28/doc1/>

ВНИМАНИЮ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: О внесении изменений в заявительные документы на получение государственных услуг по регистрации СМИ и лицензированию телерадиовещания.

В связи с вступлением в силу Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» с 03.11.2011 и Федерального закона от 14.06.2011 № 142-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере средств массовой информации» с 10.11.2011 Роскомнадзор уведомляет:

1. С 10.11.2011 заявительные документы на получение государственных услуг по регистрации СМИ и лицензированию телерадиовещания должны быть приведены в соответствие с положениями вышеуказанных законов. Документы, зарегистрированные в Роскомнадзоре до 10.11.2011, будут рассматриваться в соответствии с действующей редакцией нормативных правовых актов и Временным порядком предоставления Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций государственной услуги по лицензированию телевизионного вещания и радиовещания.

2. Обращаем Ваше внимание, что к существовавшим ранее формам средств массовой информации добавляются телеканал и радиоканал, а также сетевое издание для средств массовой информации распространяемых в сети Интернет. Планируемые к вещанию СМИ должны быть зарегистрированы в форме распространения «телеканал» или «радиоканал».

3. Лицензии на вещание, предоставленные до дня вступления в силу Федерального закона от 14.06.2011 № 142-ФЗ, действуют до истечения срока их действия или до получения вещателем лицензии на вещание того же средства массовой информации (универсальной или в определенной среде вещания), в которую в этом случае вносятся сведения об используемых радиочастотах, о месте установки и мощности используемых передатчиков, позиции телеканалов и (или) радиоканалов в мультиплексе, содержащиеся в ранее предоставленной лицензии на вещание того же средства массовой информации.

10.11.2011 года также вступает в силу Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.10.2011 г. № 1752-р «Об изменении перечня документов, прилагаемых заявителем к заявлению о регистрации (перерегистрации) средства массовой информации».

Источник: сайт Роскомнадзора, дата публикации: 17 октября 2011 года

<http://rsoc.ru/news/rsoc/news14344.htm>

Зарубежные новости об интернет и новых медиа

Власти Китая будут бороться с журналистами, разрушающими "социальную гармонию".

В Китае началась кампания по борьбе с "фальшивыми журналистами и новостями", действующими и циркулирующими в "незаконных средствах массовой информации"

Существование того, другого и третьего признало недавно надзирающее за прессой в КНР государственное Управление по делам прессы и печати. Оно и развернуло кампанию борьбы с "поддельными газетами и периодическими изданиями, средствами распространения информации, журналистами и новостями", которые "грубо нарушают законы о печати и вредят социальной гармонии и стабильности" в Поднебесной.

"Фальшивые журналисты" и их "незаконные сообщения", видимо, настолько допекли китайские власти, что кампания против них объявлена общенациональной. Судя по ее срокам - до конца текущего года, она будет проводиться весьма энергично, чтобы за оставшееся до наступления нового Года дракона время успеть управиться со всеми, кто информативно смущает умы китайцев не теми новостями, какими следует.

При этом китайское Управление по делам прессы и печати не скрывает, кто в первую очередь должен попасть под начавшуюся раздачу. Это действующие в веб-сети сочинители, которые работают без официальной журналистской аккредитации. Надзирающим за Интернетом органам вкупе с цензурой поручено усилить контроль за "источниками и контентом" с целью предотвратить появление "фальшивых новостей".

Таким образом понятно, что Пекин возмущен сообщениями китайских сайтов "всемирной паутины", которые по содержанию противоречат "проверенной" информации печатных СМИ, прежде всего официальных. Новости из Интернета власти считают "основанными на слухах", а опасность усматривается в том, что с онлайн-новостями знакомятся все большее число жителей страны, получающих от этого сумятицу в умах, которая в свою очередь толкает их на необдуманные поступки и даже преступные действия. Так, вспыхнувшие в сентябре этого года беспорядки в одной из южных провинций КНР, в ходе которых жители принялись громить на улицах машины и все, что им попадало под руку, власти объяснили воздействием слухов о том, что полицейские якобы убили ребенка.

Прискорбно, если ярость граждан действительно вскипела на дрожжах слухов и была подогрета неверной информацией. Однако за рубежами Китая обеспокоены не этим, а тем, как в результате кампании борьбы с "фальшивыми журналистами" будет обстоять дело со свободой слова в Поднебесной. Не секрет ведь, что с октября китайская полиция занимается розыском и наказанием лиц, помещающих в микроблогах новости, которые власти считают крамолой. А сами интернет-компании с того же времени стали создавать группы особистов-специалистов, которые должны вовремя заблокировать появление такого рода "фальшивок" в сети. Компартия Китая тем временем выпустила директиву об ужесточении контроля за социальными сетями, в которых не должна появляться "вульгарная" информация. Критерии, по которым власти оценивают новости, между тем остаются расплывчатыми и противоречивыми. Точно так же не до конца понятно, по каким признакам определять "фальшивых журналистов", но зато ясно, что китайцам принадлежит первенство в выявлении у себя данной категории сочинителей, которой, кажется, не обнаружено ни в какой другой стране мира.

Источник: ИТАР-ТАСС, дата публикации: 16.11.2011

<http://www.radiportal.ru/articles/14123/vlasti-kitaya-budut-borotsya-s-zhurnalistami-razrushayushchimi-sotsialnuyu-garmoniyu>

Власти США хотят сделать обман в Интернете преступлением.

Минюст страны предлагает наказывать пользователей за нарушение условий, прописанных администрацией того или иного сайта

Обман в Интернете в скором времени в США может стать уголовным преступлением. Соответствующий законопроект подготовлен Министерством юстиции страны, сообщает CBS News.

Документ предлагает наказывать пользователей за нарушение условий, прописанных администрацией того или иного сайта. Проще говоря, федеральным преступлением вскоре могут считаться использование чужих имен в социальных сетях или указывание ненастоящего веса на сайтах знакомств, отмечает телеканал.

По данным источников, законопроект был направлен в Конгресс США в среду, 16 ноября. Его подготовил заместитель главы отдела компьютерных преступлений при Минюсте Ричард Даунинг. Он считает, что нынешний закон, разработанный и принятый еще в 1986 году, устарел и нуждается в поправках.

Одной из них, по мнению Даунинга, и должен стать его проект. Подготовленные изменения должны сыграть большую роль в борьбе против кражи личных данных и вторжения в частную жизнь граждан Соединенных Штатов.

Издание Global Trends со своей стороны пишет, что Министерство юстиции с помощью уголовной ответственности пытается лишь запугать людей, сделать их более послушными. Если законопроект будет одобрен и принят, то огромное количество пользователей в один миг станет преступниками, ведь многие даже не читают условия регистрации в социальных сетях и на других сайтах.

С каждым днем американские власти придумывают все новые и новые способы регулирования Интернета. Накануне свою лепту внесло Министерство обороны страны. Пентагон представил в Конгрессе доклад, в котором говорилось, что США имеют право отвечать на атаки киберпреступников реальными военными ударами или экономическими санкциями.

Впрочем в сообщении уточнялось, что столь решительные меры будут приниматься лишь в том случае, если угрозу не удалось устранить другим путем.

Кроме того, месяц назад свои интернет-законопроекты разработали Сенат США и Палата представителей. Документы этих ведомств, направленные на борьбу с торговлей пиратскими видео и музыкой, дают правообладателям и правоохранительным органам возможность закрывать вебсайты и требовать доступа к поисковым системам, электронным платежным системам и прочим ресурсам с ограниченным доступом.

Законопроекты вызвали недовольство директора Google Эрика Шмидта. По мнению главы крупнейшей в мире поисковой системы, это приведет к цензуре в Интернете.

Источник: www.bfm.ru, дата публикации: 17 ноября 2011 года

<http://www.bfm.ru/news/2011/11/17/vlasti-ssha-hotjat-sdelat-obman-v-internete-prestupleniem.html>

Интервью месяца

Георгий Кудинов: соцсети не заменят профессиональной журналистики.

Президент медиагруппы "Южный Регион", включающей в себя теле-, радио- и интернет-проекты на юге РФ, Георгий Кудинов в преддверии Форума европейских и азиатских медиа-2011 рассказал о том, что независимых СМИ в России быть не может, но к независимости они должны стремиться, что границы цензуры должны устанавливаться руководителями изданий и что Интернету не нужны запретительные меры

Насколько, по-вашему, независимы национальные СМИ от политических и финансовых структур, государства?

- Не уверен, что возможно существование полностью независимых от государства СМИ. Первая ступенька в этом направлении – финансовая независимость. Как только сформируется такое рекламное пространство или иной способ доходов СМИ, когда они перестанут "есть с чьей-то руки", тогда, наверно, будет возможно. Более или менее независимые компании, та же радиостанция "Дождь", которая сейчас в Интернете вещает, все равно вынуждены корректировать свои действия в зависимости от той или иной ситуации. СМИ у нас до сих пор не считаются полноценным бизнесом, хотя давно уже это самый настоящий бизнес. Между тем со стороны власти всегда есть попытки сделать из СМИ сервисную структуру по обслуживанию этой самой власти. СМИ работают по законам государства. Есть масса контролирующих организаций, которые следят за деятельностью СМИ. Но абсолютно независимых, таких, как компания ВВС в Англии, где финансирование осуществляется за счет средств налогоплательщиков, больше нет ни в мире, ни у нас в стране.

- А как меняется "линия поведения" в отношении СМИ в условиях экономического кризиса?

- В условиях экономического кризиса люди ищут для себя способы выхода из ситуации, поэтому начинают более внимательно слушать, смотреть и читать СМИ. Например, у относительно аполитичного канала РБК, с которым мы работаем, в момент последнего кризиса аудитория увеличилась. В такой сложной экономической ситуации существующие проблемы, с одной стороны, усугубляются, а с другой – у власти появляется масса других дел, кроме контроля над СМИ.

- Следует ли, на ваш взгляд, вводить государственное или какое-либо иное регулирование СМИ. В каких случаях это необходимо?

- Полноценное регулирование и так присутствует. Достаточно жестко регламентируется выдача лицензии на вещание. Есть масса ограничений, связанных с такими понятиями, как терроризм, разглашение экономической и коммерческой тайны, поэтому очень важно, чтобы при обучении журналистов присутствовал аспект хорошей юридической подготовки. Также хороший юрист или юридическая служба должны присутствовать в компании, чтобы контролировать подготовку

материалов и их выход, а также общение с людьми, компаниями, прессой. Потому что одно серьезное слово может принести очень серьезные убытки для компании.

- Самоцензура – объективное явление или субъективный психологический и исторический феномен "совкового воспитания"?

- Цензура у нас в стране уголовно наказуема. И хотя декларируется, что цензуры нет, тем не менее, каждый руководитель или владелец СМИ, каждый главный редактор и каждый журналист должны иметь собственный порог, за который не могут и не должны заходить. Этот порог должен существовать, чтобы обезопасить себя и собственную компанию. На фоне запрета на цензуру есть мнения отдельных людей, отдельных служб, которые и можно считать цензурой, хотя на самом деле таковой не является.

- Тогда какова степень зависимости руководителей СМИ от политической конъюнктуры или финансового состояния своего издания?

- Степень зависимости у каждого своя. Хотя все мы неизбежно зависимы от экономики. Одним из способов существования областного канала является поддержка областных властей. Надо сказать, что наша компания сотрудничает в ряде программ с областной администрацией, и сейчас часть наших расходов субсидируется. Да, мы 20 лет старались "выруливать" на взаимовыгодную позицию. При этом старались придерживаться объективной подачи фактов. Очень трудно не потерять лицо и при этом сохранить компанию. Но тот факт, что мы 22-й год на рынке, говорит о том, что все-таки мы эту грань соблюдаем.

- Что вы можете сказать о состоянии разных секторов Интернета и роли социальных сетей?

- Это наиболее развивающаяся часть социума, технологий и экономики. Сегодня молодой журналист не может не работать с соцсетями, не собирать оттуда информацию и не вести собственный блог. Но никогда соцсети и технологии не заменят профессиональной журналистики. Другое дело, что сама журналистика будет меняться. Обзоры блогов, появление контента, созданного любителями, так называемыми "народными корреспондентами" – это все только дополнения, иногда очень важные. Когда происходят какие-то события, например, катастрофы или появление инопланетян - всегда рядом оказывается кто-то с мобильным телефоном или фотоаппаратом. И вот этот первый снимок имеет наибольшую ценность, независимо от качества. Но обязательно должен быть профессиональный журналист, который сможет все это дело "завернуть" в ту форму, которая принята в его СМИ, в рамках закона и существующего порядка.

- Есть ли необходимость регулирования Интернета в целом или медийных проектов, работающих в этом секторе? Возможно ли это, в принципе?

- Мне представляется, что это невозможно. С другой стороны, существует опыт таких стран, которые регламентируют Интернет либо по соображениям национальной безопасности, такие, например, как США и Китай, либо по вопросам нравственности, как в арабских странах. Безусловно, на техническом уровне это где-то удается. Например, в ОАЭ половина сайтов просто недоступна.

Но технологии развиваются настолько стремительно, что проходит несколько месяцев, и появляются новые пути доступа к информации. Получается, что это регулировать практически невозможно. Но как вариант, можно попробовать это контролировать на законодательном уровне. Это то, что пытается сейчас сделать наше Министерство связи и массовых коммуникаций - разрабатываются законы о безопасности. Мы знаем, что сегодня очень легко спровоцировать людей. Так что запретительные меры мне кажутся бесполезными, а вот выстраивание законодательного поля – это правильно.

- Какими медийными платформами вы пользуетесь? С какой целью и какова эффективность?

- Начинали мы с традиционного вещания, как и все проходили путь по получению частоты. Сегодня мы имеем доступ через оптоволоконные линии ко всем массовым культурно-зрелищным мероприятиям Ростова-на-Дону и частично области. Мы работаем на спутнике "Ямал", который висит над Уралом и покрывает практически всю территорию РФ. Поэтому, когда мы передаем программу на нашу сеть ретрансляторов, многие ловят нас и на границе с Японией, и на ближнем Востоке и даже рыбаки с Охотского моря. Вещание на земле представлено около 400 маломощными ретрансляторами – это проект "Телевизионная деревня". В каждом селе стоит ретранслятор, который принимает программу и раздает ее на данный населенный пункт. Кстати, благодаря этому проекту сегодня в области обеспечен более 90%-ный прием пяти программ, в том числе и федеральных.

Что касается радиовещания - у нас стоит 18 мощных передатчиков по Ростовской области, которые передают 80% радио "Маяк" с 20% наших врезок. ВЦИОМ по нашему заказу провел исследование. И оказалось, что на селе последние несколько лет люди ставят спутниковые антенны и принимают с хорошим качеством большой объем программ. Однако есть одно "но" - они перестают смотреть местные каналы, так как на спутниковом телевидении нет местных врезок и местного вещания. И поэтому мы уже три года работаем на спутнике "Триколор", который как бы "добивает" там, где не достают передатчики и люди перешли на спутник. Худо-бедно, но когда-то переключаются и на наш канал. Мы также реанимируем свой проект "Ростов на ТВ", который начинался как областной проект с кабельного канала. Потом на его базе мы создали полноценный канал с собственным программированием "Южный Регион Дон" и стали распространять его на всю область. Сейчас всю редакцию молодых ребят "Ростова-на-ТВ" мы выделяем в отдельную группу, и они будут формировать интернет-канал с прежним названием. Он будет транслироваться в Интернете, где уже идет экспериментальное вещание. Это будет канал о жизни города, молодежи, студенчества, образовательные программы, стартапы.

Источник: РИА Новости, дата публикации: 19.11.2011

http://ria.ru/mf_analysis/20111111/486206548.html

Новости программы АЙРЕКС

21 ноября-21 декабря 2011 года принимаются заявки на участие в конкурсе.

С 21 ноября по 21 декабря 2011 года идет прием заявок на участие в конкурсе. Целью конкурса является поддержка инициатив российских профессиональных медийных ассоциаций, факультетов журналистики российских ВУЗов, некоммерческих организаций и СМИ в разработке современных образовательных проектов, направленных на развитие новых медиа в России. Наша программа нацелена на развитие сотрудничества в сфере образования, установление профессиональных международных контактов и долгосрочных партнерских отношений между медиасообществами России и других стран, а также реализацию самостоятельных (инкубаторских) проектов, направленных на развитие новых медиа в России.

Полная информация о конкурсе опубликована здесь: <http://www.irex.ru/programs/media/applications>

14 декабря 2011 года состоится презентация правового компонента программы.

Уважаемые коллеги! Приглашаем вас на презентацию **правового компонента** Международной медийной образовательной программы – Новые медиа. Она состоится 14 декабря в Американском Центре Библиотеки иностранной литературы по адресу: Москва, ул. Николоямская, дом 1. В ходе презентации мы расскажем вам о правовом компоненте Программы, его целях и задачах, направлениях работы, партнерах и с удовольствием выслушаем ваши предложения и пожелания. Презентация начнется в 16.00. Необходима предварительная регистрация.

Международная медийная образовательная программа – Новые медиа

Программа нацелена на обучение профессиональных и непрофессиональных журналистов, студентов и преподавателей факультетов журналистики, медиа юристов и представителей российских некоммерческих организаций, занимающихся медиа.

Программа осуществляется при поддержке Агентства США по международному развитию (AMP).

Наш адрес:

109028 Москва Хохловский переулок, 13, стр.1

Тел.: (495) 956-0978

Факс: (495) 956-0977

E-mail: nyakimovskaya@irex.ru

Web: www.irex.ru

This brochure is made possible by the support of the American People through the United States Agency for International Development (USAID). The contents are the sole responsibility of IREX and do not necessarily reflect the views of USAID or the United States Government.

Эта информационная продукция стала возможной благодаря поддержке Американского народа, оказанной через Агентство США по Международному Развитию (AMP США). Ответственность за содержание несет АЙРЕКС и мнение автора, выраженное в данном издании, может не совпадать с мнением AMP США или правительства США.