

## ДОБРОВОЛЬНЫЙ САМОКОНТРОЛЬ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ УСЛУГИ

Интернет не только неиссякаемый источник информации, но и место распространения материалов, противоречащих общепринятым морально-этическим нормам.

Если говорить о принципах законодательства в сфере Интернета, то в европейских и международных документах впервые было принято решение или положение, при котором в регулировании Интернета и других глобальных коммуникационных структур принимают участие три стороны, то есть регулирование является трехсторонним. Это государства, которые всегда в международных отношениях были главными игроками, как, скажем, в Международном союзе электросвязи; провайдеры или частный капитал, которые вкладывают средства в развитие Интернета и обеспечение доступа к нему; и пользователи.

Органы саморегулирования СМИ играют важнейшую роль в регулировании информационного пространства. За рубежом существует огромное количество организаций, которые занимаются саморегуляцией СМИ. Говоря о формах регулирования СМИ, мы подразумеваем как внешний, так и внутренний контроль. В Германии такие структуры имеют ярко выраженный специализированный характер. Основное отличие в их деятельности – это предметная направленность. В данной статье мы предприняли попытку рассмотреть деятельность Добровольного общественного объединения по самоконтролю организаций, оказывающих мультимедийные услуги (ДООСОМ).

В 1997 г. в ФРГ провайдерами, собственниками сайтов и предпринимателями, вкладывающими свой капитал в развитие сети Интернет, было создано Добровольного общественного объединения по самоконтролю организаций, оказывающих мультимедийные услуги (ДООСОМ). Объединение является некоммерческой организацией. Его финансирование происходит в равных пропорциях за счет средств, выделяемых Европейским Сообществом, с одной стороны, и членских взносов участников объединения, с другой.

Объединение дает возможность каждому гражданину Германии обратиться с жалобой на содержание публикаций в Сети, которые противоречат общепринятым этическо-моральным нормам. Ответствен-

ными за правомочность предлагаемого содержания сайта являются как собственники сайтов, так и провайдеры.

Основной целью объединения является проведение экспертиз сайтов в соответствии с задачами информационной защиты молодежи.

Главной задачей, которую ставят перед собой члены объединения, является воспрепятствование появлению и распространению противозаконных и вредоносных для молодежи материалов в сети Интернет. Помимо этого проводится работа по информированию родителей о содержании некоторых сайтов. Родителям необходимо участвовать в медиа-воспитании своих детей, так как без него социальная защита прав молодежи бессмысленна.

Все цели и задачи представлены в Кодексе Добровольного общественного объединения по самоконтролю организаций, оказывающих мультимедийные услуги. Кодекс запрещает появляться в Сети материалам, которые пропагандируют порнографию, насилие, расизм, наркоманию. Все организации, принявшие Кодекс, обязаны соблюдать принципы, представленные в нем. В противном случае они подвергаются штрафным санкциям, которые налагает регулирующий орган.

Официально ДООСОМ как орган самоконтроля было признано Комиссией по правам молодежи в 2005 году.

В период с 2000 по 2006 г.г. в ДООСОМ поступило более 7600 жалоб. Процесс работы над жалобами следующий: после получения жалобы она обрабатывается экспертами первичной проверки. Эксперты объединения дают возможность собственникам сайта дать разъяснение по поводу поданной жалобы в течение определенного времени или отклоняют ее.

Если разъяснение владельцев сайта не удовлетворяют экспертов, то о своем решении они сообщают в независимый комитет по жалобам, в компетенции которого возможность применения санкций.

Какие же санкции применяются объединением к собственникам сайтов и провайдерам? Во-первых, может быть предъявлено требование изменить содержание сайта, во-вторых, послано письменное замечание, которое должно быть опубликовано на сайте в течение месяца после его вынесения, и последняя мера, применяемая объединением, – это штраф. Если владельцы сайтов или провайдеры не отреагировали на замечание объединения либо совершили повторные нарушения, они могут быть исключены из ДООСОМ.

Владельцы сайтов, не являющиеся членами объединения, обязаны

проводить экспертизу своих продуктов уполномоченными по делам молодежи. В случае, если экспертиза не пройдена, провайдер не предоставляет возможность размещать сайт в Интернете.

Известно, что Интернет – это глобальная сеть. В таких условиях трудно осуществить самоконтроль в общемировом масштабе. Помимо этого объем информации очень велик, поэтому открытым остается вопрос о самоконтроле всей системы в мировом масштабе. В 1999 году ДООСОМ стало инициатором появления Европейской организации в сфере самоконтроля информации в Интернет INHOPE, в работе которой члены ДООСОМ принимают активное участие.

#### Литература

1. Ткач А. Органы саморегулирования СМИ: зарубежный опыт // Актуальные проблемы саморегулирования СМИ. Серия «Журналистика и право». – Вып. 54. – М., 2003.

2. Засурский Я.Н. Регулирование и саморегулирование сети Интернет: европейские документы и опыт // Информационное общество// Вып. 4. - М., 2006.

**В.А. Рязанцев (г. Белгород, Россия)**

### **ПРИЕМЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ИДЕЙ В АУДИОСПОТАХ В ЭФИРЕ КОММЕРЧЕСКИХ РАДИОСТАНЦИЙ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ)**

*В статье рассматриваются приемы и методы визуализации рекламных идей в эфире коммерческих музыкальных радиостанций г. Белгорода. Наиболее часто рекламная идея воплощается в игровых аудиоспотах. Основные приемы визуализации рекламных идей – «драматизация» событий, использование шумо-звуко-голосовых эффектов и организация особым образом ритмико-интонационной составляющей аудиоспота.*

*Ключевые слова: радио, реклама, рекламная идея, аудиоспот.*

Радио – уникальная в своем роде площадка для реализации рекламных идей. Отсутствие визуального ряда в радиоэфире можно компенсировать созданием аудиоспотов, содержательные элементы кото-