

УДК 659:34
ББК 76.0:67
Ш26

Электронные версии книг
на сайте www.prospekt.org

Рецензенты:

Елисеев Б. П., доктор юридических наук, профессор;
Таболин В. В., доктор юридических наук, профессор.

Шарков Ф. И., Захарова В. И.

Ш26 Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учебное пособие. — Москва : Проспект, 2016. — 224 с.

ISBN 978-5-392-19922-8

Настоящее учебное пособие является первым систематизированным комплексным изложением вопросов правового обеспечения профессиональной коммуникационной деятельности. Все эти специалисты обязаны знать правовые основы профессиональной деятельности в смежных отраслях знаний. В книге рассматриваются не только теоретические, но и практические вопросы правового регулирования коммуникационной деятельности, организации и функционирования средств массовой информации; рекламных, информационных и PR-организаций и служб; конструирования отношений между владельцем, учредителем, с одной стороны, и редакцией СМИ, рекламными, информационными, PR-службами — с другой.

Законодательство приведено по состоянию на апрель 2015 г.

Книга предназначена в первую очередь будущим журналистам, специалистам по связям с общественностью и рекламе. Она может быть полезна преподавателям, ведущим указанные курсы, а также специалистам-практикам.

УДК 659:34
ББК 76.0:67

Учебное издание

**Шарков Феликс Изосимович,
Захарова Вера Игоревна**

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ, СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ЖУРНАЛИСТИКЕ

Учебное пособие

Оригинал-макет подготовлен компанией ООО «Оригинал-макет»
www.o-maket.ru; тел.: (495) 726-18-84

Санитарно-эпидемиологическое заключение

№ 77.99.60.953.Д.004173.04.09 от 17.04.2009 г.

Подписано в печать 06.10.2015. Формат 60×90 1/16.

Печать цифровая. Печ. л. 14,0. Тираж 1000 (1-й завод 100) экз. Заказ №

ООО «Проспект»

111020, г. Москва, ул. Боровая, д. 7, стр. 4.

ISBN 978-5-392-19922-8

© Шарков Ф. И., Захарова В. И., 2015
© ООО «Проспект», 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
----------------------	----------

ГЛАВА I ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ И ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Правовые основы рекламной деятельности.....	6
Правовое регулирование рекламной деятельности	21
Правовой статус субъектов рекламной деятельности	23
Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.....	28
1.2. Правовые основы выставочно-ярмарочной деятельности	30
Нормативные правовые акты, регулирующие выставочно-ярмарочную деятельность	30
Правовое регулирование и координация выставочно-ярмарочной деятельности в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	32
1.3. Правовые основы саморегулирования в рекламе	37
Правовые основы саморегулирования в рекламе в Российской Федерации	37
Правовые основы саморегулирования в рекламной деятельности в зарубежных странах	43
1.4. Сравнительный анализ нормативного правового регулирования рекламной и выставочной деятельности в Российской Федерации и зарубежных странах (на примере законодательства США).....	56

ГЛАВА II ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

2.1. Эволюция связей с общественностью и их правовой основы.....	64
2.2. Правовое обеспечение связей с общественностью.....	77
2.3. Система саморегулирования в связях с общественностью.....	96

ГЛАВА III ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

3.1. Социально-правовые основы обеспечения свободы массовой информации и информационной безопасности	104
3.2. Правовая основа информационной деятельности посредством новых информационных технологий и Сети.....	117
3.3. Правовое регулирование деятельности СМИ.....	124
Правовое регулирование деятельности СМИ	
в Российской Федерации	125
Правовое регулирование СМИ в зарубежных странах	128
Информационное взаимодействие власти и общества в России	140
3.4. Развитие современных механизмов саморегулирования профессиональной деятельности отечественных и зарубежных журналистов	143
Саморегулирование СМИ в современной России	146
Развитие современных механизмов саморегулирования СМИ.....	151
3.5. Соотношение правовых и этических норм в деятельности журналиста и специалиста по связям с общественностью	153

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общемировые проблемы регулирования информационно-коммуникационной деятельности	171
---	------------

ГЛОССАРИЙ.....	173
-----------------------	------------

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

Законодательство РФ и зарубежных стран	209
Учебники, учебные пособия монографии, статьи	214
Законодательство РФ	220