**ПАМЯТКА ПО СОБЛЮДЕНИЮ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ТЕЛЕВИЗИОННОГО И РАДИОВЕЩАНИЯ**

 Разработано на основе анализа типовых нарушений, выявляемых при проведении контрольных мероприятий в отношении лицензиатов – вещателей на территории Челябинской области.

1. **Соблюдение требований Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон).**
	1. ***Соблюдение требования о соотношении объемов вещания средств массовой информации, указанных в лицензии.***

Как правило, при осуществлении вещания региональными организациями в соответствии с лицензией распространяются два средства массовой информации, одно из которых (федеральное) является сетевым партнером. Соблюдение соотношения объемов вещания указанных СМИ является одним из лицензионных требований.

В объем вещания регионального (местного) СМИ входят все материалы, созданные и (или) приобретенные редакцией регионального теле- или радиоканала для распространения в эфире, в том числе реклама.

При этом следует учитывать, что в соответствии со ст. 27 Закона, выходные данные телеканала (радиоканала) должны объявляться при каждом выходе средства массовой информации в эфир (за исключением непрерывного вещания указанного СМИ).

Основной целью объявления выходных данных является идентификация конкретного СМИ потребителями информационных услуг.

Таким образом, при отсутствии выходных данных в выпусках регионального СМИ его вещательный контент не может быть отнесен к объему вещания данного средства массовой информации, так как воспринимается как контент сетевого партнера. Это касается как рекламных сообщений, так и аудиовизуальных материалов информационного, музыкального и иного характера.

Пример: распространяемые по лицензии СМИ – «Авторадио» и «Миасс ФМ», частота вещания – 100,8 МГц. Если после вещания сетевого партнера «Авторадио» выход регионального СМИ предваряется объявлением вида «Новости на Авторадио в Миассе», «Авторадио Миасс, реклама», последующий контент не может быть идентифицирован как принадлежащий средству массовой информации «Миасс ФМ».

Пример правильного обозначения регионального контента: «Реклама на «Миасс ФМ», «В эфире «Миасс ФМ» - музыкальный час», «Вы слушаете «Миасс ФМ» – новости, возрастное ограничение 12+».

* 1. ***Соблюдение требований о порядке объявления выходных данных средства массовой информации.***

В отношении полноты объявления выходных данных регионального средства массовой информации позиция Роскомнадзора заключается в следующем: если при каждом выходе в эфир радиоканала (телеканала) объявляется его название (наименование) и ограничение распространения информационной продукции среди детей, и не реже 4 раз в сутки – полные выходные данные в соответствии со ст. 27 Закона (наименование СМИ, зарегистрировавший его орган, регистрационный номер и ограничение распространения информационной продукции среди детей), то такое объявление выходных данных не является нарушением, в полной мере достигает цели, поставленной законодателем и не вводит в заблуждение потребителей.

Обращаем особое внимание, что в соответствии с рекомендациями Роскомнадзора, при отсутствии информации, причиняющей вред здоровью и развитию детей, при каждом выходе программы в эфир, а также после прерывания рекламой вещатель должен размещать знак информационной продукции (звуковое сообщение), соответствующее категории информационной продукции «без возрастных ограничений».

* 1. ***Соблюдение требований об основных тематических направлениях вещания.***

Тематические направления вещания, указанные в лицензиях на осуществление вещания в конкурсных городах (с населением, превышающим 100 тыс. чел.), содержат наименование направления, краткую характеристику и процентное соотношение объема программ (передач) каждого из направлений в общем объеме вещания (программная концепция).

В прочих лицензиях приводится наименование тематического направления и его краткая характеристика без указания процентного соотношения (программная направленность).

При планировании вещания следует учитывать, что из общего объема регионального контента, установленного лицензией, следует вычесть продолжительность рекламы, распространяемой в рамках вещания данного СМИ.

Оставшееся время должно быть использовано для формирования программ (передач) соответствующих тематических направлений согласно установленному процентному соотношению (если указано).

Если процентное соотношение не указано, объем вещания программ (передач) каждого из тематических направлений, указанных в лицензии, определяется вещателем самостоятельно.

Характерными видами нарушений программной концепции (направленности) вещания являются: наличие в составе вещательного продукта программ тематических направлений, не содержащихся в лицензии, отсутствие программ одного или нескольких тематических направлений, указанных в лицензии, несоблюдение процентного соотношения направлений вещания.

Осуществление вещания с нарушением условий, установленных лицензией, является административным правонарушением, предусмотренным частью 3 статьи 14.1 КоАП РФ. В случае выявления подобных нарушений административным органом составляются протоколы в отношении юридического лица и руководителя предприятия.

Помимо указанных выше нарушений объема и программной концепции к таким нарушениям относится распространение средств массовой информации, не указанных в лицензии, нарушение периодичности и времени вещания, частоты или мощности передатчика, а также территории распространения телеканала (радиоканала) - отсутствие вещания в одном или нескольких населенных пунктах, указанных в лицензии.

* 1. ***Соблюдение требований статей 26, 34 Закона.***

В соответствии с требованиями статьи 26 Закона, распространение продукции средства массовой информации допускается только после того, как главным редактором дано разрешение на выход в свет (в эфир).

Статья 34 обязывает вещателя сохранять материалы собственных передач, вышедших в эфир в записи - не менее одного месяца со дня выхода в эфир (не менее одного года при размещении агитационных материалов), а также фиксировать вышедшие в эфир передачи в регистрационном журнале с указанием даты и времени выхода в эфир, темы передачи, автора, ведущих и участников.

Срок хранения регистрационного журнала - не менее одного года с даты последней записи.

Наличие журнала регистрации программ устанавливается при проведении проверок во взаимодействии. Выписка из журнала о программах, вышедших в эфир в определенный период времени, также может быть запрошена Управлением по результатам контрольных мероприятий без взаимодействия с проверяемым лицом (в случае необходимости).

1. **Соблюдение требований ч. 3 ст. 12 Федерального закона от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов».**

В соответствии с ч. 3 статьи 12 Закона от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов», на хранение во Всероссийскую государственную телевизионную и радиовещательную компанию передаются организаций по производству телерадиопродукции и телерадиовещательных организаций, в том числе материалы, которые созданы по их заказу, производство которых закончено и которые вышли в эфир, не позднее чем через месяц со дня их выхода в эфир.

Подлежат доставке изготовленные как на территории Российской Федерации, так и за ее пределами художественные, мультипликационные, документальные фильмы, выпуски новостей, иные программы, созданные для телевещания и сообщенные в эфир/по кабелю впервые (премьерные показы), музыкальные произведения (фонограммы) и программы, созданные для радиовещания и сообщенные в эфир/по кабелю впервые (премьерное сообщение), а также музыкальные произведения (фрагменты музыкальных произведений), которые являются неотъемлемой частью вновь созданных программ, передач.

Сдавать на хранение в ВГТРК записи рекламы, вышедшей в эфир канала, не нужно.

 Региональные лицензиаты, осуществляющие стопроцентную ретрансляцию федеральных телеканалов (радиоканалов), освобождены от обязанности направлять какие-либо материалы в ВГТРК.

1. **Соблюдение требований Федерального Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее – Закон).**

Согласно ч. 3 ст. 16 Закона, при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий или процесса потребления табака, вещатель или организатор демонстрации должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления табака непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, такой программы.

Требования указанной статьи следует учитывать при формировании вещательного контента, содержащего телевизионные фильмы.

Нарушение данного требования влечет административную ответственность, предусмотренную частью 5 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях – «неисполнение обязанности трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий или процесса потребления табака» и влечет наложение штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до двухсот тысяч рублей.

**Консультации по вопросам, связанным с осуществлением телевизионного и радиовещания, можно получить по телефонам: 8 (351) 240-11-15, 240-11-17 - отдел контроля (надзора) в сфере массовых коммуникаций Управления Роскомнадзора по Челябинской области.**