Типовые нарушения в деятельности СМИ, выявляемые в ходе контрольно-надзорных мероприятий. Возможные меры по их недопущению. (семинар, периодические печатные издания, 22.05.2019)

Уважаемые коллеги!

**СЛАЙД 2**

Как показывает практика подготовки к проведению контрольно-надзорных мероприятий, не смотря на существенное уменьшение количества формальных нарушений, выявленных в первые четыре месяца по сравнению с 2018 годом, остается актуальной необходимость вновь обратиться к обсуждению вопросов, рассматривавшихся на аналогичном семинаре в ранее.

Начнем с самого простого, самого «долго обсуждаемого» на различных семинарах, встречах и т.д. требования – публикация выходных данных, которые должны размещаться в каждом выпуске средства массовой информации. Для выполнения требования статьи 27 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» достаточно выполнения двух условий: знание статьи и наличие желания требования данной статьи выполнить. И так попунктно.

Каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

**СЛАЙД 3**

1 Наименование (название) издания.

Название издания должно строго соответствовать тому, которое внесено в реестр при регистрации СМИ.

**СЛАЙД**

При этом в случаях, когда дизайн заголовка не позволяет воспроизвести название издания таким образом, чтобы у читателя не возникало сомнений, необходимо дать полное и правильное название в общем перечне выходных данных.

**СЛАЙД**

Как, например, показано на СЛАЙДЕ.

2. Учредитель (соучредители).

Дается полное наименование учредителя - юридического лица в соответствии с ЕГРЮЛ, фамилия, инициалы физических лиц. Обращаю внимание, что закон не требует адреса местонахождения учредителей.

3. Фамилия, инициалы главного редактора.

Убедительно прошу соблюдать требование закона. В России принято официально обращаться к человеку по имени отчеству, а не по имени. Поэтому внутренние традиции медиасообщества никто не собирается оспаривать, но в выходных данных печатного издания должны указываться фамилия и **инициалы,** а не инициал (либо имя и отчество, а не только имя).

4. Порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет.

**СЛАЙД 4**

Здесь не надо вот такого неуместного, как на слайде, творчества.

**СЛАЙД**

Порядковый номер – это последовательность цифр. ГОСТ предусматривает указание текущего и валового номера. Целесообразно придерживаться данной рекомендации.

5. Индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи.

6. Тираж.

**СЛАЙД**

В случае, если издание печатается в нескольких типографиях указывается тираж издания, выпущенный всеми типографиями.

7. Цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно".

**СЛАЙД**

Закон не предусматривает пометок «Цена договорная», «Цена по требованию» или чего-либо подобного. Это все нарушение требований закона.

8. Адреса редакции, издателя, типографии.

**СЛАЙД** **5**

Прошу не экономить площадь издания: адрес должен указываться полностью.

**СЛАЙД**

В случае, если учредитель и издатель одно лицо, возможна формулировка: Учредитель, издатель – ООО «Ромашка» 600000, г.Владимир, проспект Ленина, д.7, оф.20.

Адрес редакции указан в свидетельстве о регистрации, теперь указывается в выписке из реестра зарегистрированных СМИ, которая выдается (высылается) учредителю. Любые отклонения от этого в выходных данных – это изменение адреса, которые соответственно требуют направления в адрес регистрирующего органа соответствующего уведомления.

**СЛАЙД 6**

9. Знак информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=7201B81C8EF81E2CC18DBA231065FAD7154B8895EB5A1B260642560B9CF749A423C0AE8AAE0F5F9820D0564D5121B27C8E24761B750B4228d1dBG) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

Данный знак может не проставляться в периодических печатных изданиях, специализирующихся на распространении материалов общественно-политического или производственно-практического характера. **СЛАЙД**

Это не декларация, заявленная при регистрации, а издания, в которых материалы общественно политического или, соответственно, производственно-практического характера занимают более половины выпуска. Если же, например, в выпуске более половины информационных материалов, то даже если издание позиционируется как общественно- политическое, знак информационной продукции должен стоять. То же самое: если, к примеру, выпуск «Научно-методический журнал «Наша новая школа» посвящен, по случаю дня учителя, публикации биографий учителей, информации о поощрении лучших и т.п., то в отличие от обычных выпусков, где публикуются, скажем, методические материалы в помощь учителям, указанный выпуск должен сопровождаться знаком информационной продукции.

10. Наименование органа, зарегистрировавшего данное средство массовой информации, регистрационный номер.

**СЛАЙД**

Наименование регистрирующего органа, также как и адрес редакции, указаны в свидетельстве о регистрации, в выписке из реестра зарегистрированных СМИ. Поэтому следует иметь в виду, что Управление Роскомнадзора по Владимирской области и Роскомнадзор – это различные регистрирующие органы (см. ст.8 Закона «О средствах массовой информации»).

Кроме того, к сожалению, достаточно часто после изменения регистрационного номера СМИ (после перерегистрации - внесения изменений), также, впрочем, как и после изменения адреса редакции, главные редакторы не отслеживают внесение соответствующих изменений в выходные данные. К сожалению, мы здесь вам помочь не в силах: необходимо просто внимательное исполнение обязанностей и знание закона.

Соблюдение требований 436-ФЗ.

**СЛАЙД** **7**

До сих пор, не смотря на то, что Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вступил в силу в 2012 году, продолжают поступать вопросы о том «кто и как может присвоить знак информационной продукции».

**СЛАЙД**

Для периодического печатного издания за его классификацию отвечает главный редактор. Статьи 7 – 10 рассматриваемого Федерального закона достаточно конкретно указывают информацию, которая допустима для детей соответствующих возрастов.

**СЛАЙД**

Федеральный закон №436-ФЗ не распространяется на взаимоотношения в сфере рекламы. Однако, если в издании размещается информационный материал о планируемом зрелищном мероприятии, он должен сопровождаться размещением знака информационной продукции присвоенного данному мероприятию. Таким образом, если материал о массовом мероприятии не отмечен в издании как реклама, то отсутствие в публикации знака информационной продукции, присвоенное этому мероприятию, будет рассматриваться Управлением Роскомнадзора как нарушение требований п.6 ст.11 Закона.

Несколько слов о соблюдении требований о размещении знака информационной продукции в опубликованных программах телерадиопередач.

***СЛАЙД 8***

Формальные аспекты, в том числе вопросы взаимоотношений печатного издания и телеканала определены законом.

Следует иметь в виду, что в соответствии с приказом Минкомсвязи от 17.08.2012 №202 при трансляции телепрограмм требование о простановке знака «0+» отсутствует. Для иного распространения массовой информации такого исключения нет, в том числе и для программ телепередач. Таким образом, все передачи должны быть отмечены знаком информационной продукции. Прошу обратить внимание, что, не смотря на разделение ответственности между редакцией и поставщиками программ, отсутствие маркировки у отдельных программ в программах телепередач приведет к «разборке» со стороны Управления Роскомнадзора причин этого. Напоминаю, соответствующая информация направлялась в адрес всех периодических печатных изданий, допускается публикация программы телепередач без знака информационной продукции только телеканала «Телеканал Культура (Россия К)».

Поговорим о соблюдении требований о доставке обязательных экземпляров периодических печатных изданий.

***СЛАЙД 9***

На всякий случай привожу адреса доставки обязательного экземпляра периодического печатного издания.

Управление Роскомнадзора по Владимирской области направляло в адрес редакций всех СМИ письма с разъяснением требований о доставке обязательных экземпляров печатных изданий в электронной форме.

**СЛАЙД 10**

Напомню: производители *(в соответствии со ст.1 Федерального закона «Об обязательном экземпляре документов»)* печатных изданий обязаны соблюдать требования п.2.1 ст.7 Федерального закона «Об обязательном экземпляре документов» по доставке в течение 7 дней со дня выхода в свет первой партии тиража с использованием информационно-телекоммуникационных сетей по одному обязательному экземпляру печатных изданий в электронной форме, **заверенному квалифицированной электронной подписью**. Надеюсь, что это требование известно всем главным редакторам, тем более, что мы рассылали письма, говорили об этом на семинарах и в личных беседах.

**СЛАЙД**

Обращаю внимание, что отсутствие в Российской государственной библиотеке (далее – РГБ) электронных копий обязательных экземпляров тех или иных периодических изданий связано, как правило, не с какими-то технологическими сбоями на серверах РГБ, а с иными причинами, вызванными, в том числе, отсутствием в редакциях печатных изданий электронной цифровой подписи, неполного или неправильного заполнения полей формы.

Могу отметить, что вопрос доставки электронного экземпляра изданий, особенно в РГБ, решался сложно. Однако декабрь прошлого и январь этого года показал, что проблема в основном снята. Поэтому недоставку или несвоевременную доставку электронного экземпляра издания мы будем расценивать как халатность исполнителей и не иначе.

**СЛАЙД 11**

Приемом и регистрацией электронных файлов обязательных экземпляров печатных изданий непосредственно занимается отдел организации и функционирования фонда электронной библиотеки (ОФЭБ), начальник отдела Антон Андреевич Ерпулев. Это подразделение РГБ ведет сайт oek.rsl.ru, на котором размещено подробное описание функционирования Системы приема обязательных экземпляров печатных изданий в электронной форме. Любой производитель документов, в том числе редакция, может направить свой вопрос по указанной на данном сайте электронной почте или получить устную консультацию, позвонив по телефону «горячей линии»: +7 (499) 557-04-71.

Уважаемые коллеги. Все вы работаете в тесном взаимодействии с учредителями своих СМИ, многие сами выступают в роли учредителей. В связи с этим позволю занять ваше внимание вопросом, относящимся, в первую очередь к компетенции учредителя – изменение зарегистрированных параметров СМИ. В течение всего прошлого года Управление Роскомнадзора по Владимирской области проводилась интенсивная разъяснительная работа по вопросам исполнения требований статьи 11 Закона «О средствах массовой информации» в части направления уведомлений в регистрирующий орган в случаях различных изменений.

***СЛАЙД 12***

Напоминаю, уведомление регистрирующего органа в течение месяца со дня соответствующего изменения требуется в случаях:

**СЛАЙД**

- изменения места нахождения учредителя и (или) редакции;

**СЛАЙД**

- изменения периодичности выпуска и максимального объема;

**СЛАЙД**

- прекращения, приостановления, возобновления выпуска СМИ.

С объемом, периодичностью и изменением адреса редакции разобрались. Но вот при изменении местонахождения учредителя, возобновлении или прекращении выпуска СМИ уведомления направлять все еще забывают. Данные требования вступили в силу с января 2018 года.

Итак.

Изменение местонахождения (адреса) учредителя (так же как и адреса редакции) требует направления в регистрирующий орган соответствующего уведомления. Также направление уведомления требуется:

- при возобновлении выпуска СМИ после приостановления (месячный срок отсчитывается со дня выпуска СМИ), не зависимо от того, что дата окончания приостановления указывалась в уведомлении о приостановлении;

- при прекращении выпуска СМИ (месячный срок отсчитывается с даты последнего выпуска).

Для изданий, выходящих с периодичностью один раз в год, необходимо помнить о следующем. С учетом положений п.2 ст.15 (невыход средства массовой информации в свет (эфир) более одного года) очередной выпуск СМИ должен осуществляться не позже, чем через год после предыдущего выпуска (формально строго через год). Иного законодательство на сегодняшний день не предусматривает.

Завершая выступление, обращаюсь к вам с двумя рекомендациями.

Первое. Чтобы не допускать «глупых» нарушений, даже с учетом того (а может быть - тем более с учетом того), что Роскомнадзор регулярно проводит профилактическую работу, главный редактор должен знать и иметь всегда под рукой Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». Из иных законов – ст.7 Федерального закона «Об обязательном экземпляре документов», статьи 6 – 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Второе. Проверьте оформление устава Вашей редакции. Как я неоднократно говорил ранее: устав редакции основной юридический документ, определяющий взаимоотношения учредителя, главного редактора и журналистов, рассматриваемый в случаях судебных разбирательств. Из его оформления должно быть видно, что он, как того требует закон принят на общем собрании коллектива журналистов – штатных сотрудников редакции и утвержден учредителем (при нескольких учредителя СМИ – утверждается всеми).

На этом плановая тема выступления исчерпана.

Спасибо за внимание.