Уважаемые коллеги!

Становится традиционным начинать выступление с цифр.

***Слайд 2***

За девять месяцев текущего года Управлением проведено 34 контрольно-надзорных мероприятий по контролю соблюдения обязательных и лицензионных требований владельцами лицензий на осуществление вещания на территории Владимирской области. При этом в 12 из 20 проведенных плановых мероприятий выявлены нарушения требований законодательства. Это следующие нарушения:

* Несоблюдение объемов вещания – 5;
* Несоблюдение программной направленности или концепции – 2;
* Несоблюдение требований о вещании указанного в лицензии телеканала или радиоканала – 2;
* Нарушение порядка объявления выходных данных – 3;
* Нарушение территории вещания – 1;
* Нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции средства массовой информации – 4 (в сентябре – 2).

Рассмотрим причины нарушений и способы их недопущения.

Территория вещания.

***Слайд 3***

Территория вещания указывается в приложении 2 к лицензии на осуществление вещания. В ходе контрольного мероприятия Управлением анализируются:

- информация, имеющаяся в распоряжении Роскомнадзора, поступающая в соответствии с требованием ст.31.9 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и аналогичным требованием Федерального закона «О связи» в отношении операторов связи;

- ответы на запросы от операторов связи, оказывающих услуги связи для целей кабельного вещания;

- материалы радиоконтроля, осуществляемого Управлением по Владимирской области филиала ФГУП «ГРЧЦ» в Центральном федеральном округе.

В целях недопущения нарушения данного требования вещателю необходимо в договоре с оператором связи четко оговорить технические параметры передатчика (для эфирного вещания), чтобы они соответствовали указанному в лицензии охвату населения, или, соответственно для кабельного вещания, населенные пункты в которых должна оказываться услуга связи. В дальнейшем договоры должны либо пролонгироваться, либо перезаключаться, но необходимо «отслеживать существование» оператора связи. Не следует забывать, что соблюдение данного требования лицензии – обязанность вещателя.

***Слайд 4***

Соблюдение требований лицензии о концепции (направлении) вещания (приложение 1 к лицензии на вещание).

При подсчете процентного соотношения тематических направлений вещания за 100% принимается общий объем вещания данного СМИ в течение календарной недели за вычетом времени, затраченного на рекламу и объявление выходных данных.

Определение тематических направлений.

***Слайд 5***

На сайте Роскомнадзора в разделе «Пояснения к заполнению бланка «Программная концепция вещания» или бланка «Сведения о программной направленности телеканала (радиоканала)» для соискателей лицензий указаны **в качестве рекомендации** основные направления вещания, их виды, а также их краткая характеристика. Однако данные рекомендации не охватывают весь спектр возможных тематических направлений вещания, и соискатель лицензии или вещатель имеет право указать в заявлении на оформление (переоформление) лицензии **любое иное направление вещания** по своему усмотрению. И при проверке деятельности лицензиата-вещателя Роскомнадзор исходит из указанного в лицензии наименования направления вещания и его краткой характеристики.

В приведенном примере, учитывая, что лицензиат в отдельное направление вещания выделил «Музыкально-развлекательное» направление вещания, трансляция, например, современных музыкальных композиций, популярных в подростковой аудитории, не может быть отнесена к направлению вещания «Детское».

Следует отметить, что ошибочно относить априори к направлению вещания «Детское» все программы (передачи), в которых показаны дети и подростки. Содержание программы должно соответствовать информации, указанной в разделе «Краткому характеристика» приложения 2 к лицензии для направления вещания «Детское». Например, если «Краткой характеристикой» предусмотрены «передачи для детей дошкольного возраста», то невозможно отнести к данному направлению продукцию, промаркированную производителем знаками «12+», «16+», «18+».

***Слайд 6***

Особое значение «Краткая характеристика» имеет при указании в лицензии близких по наименованию тематических направлений вещания, например, таких как «информационно-аналитическое», «информационно-публицистическое», «Информационное».

Обращаю внимание, что в графе «Краткая характеристика» (в отличии от раздела «Направление вещания») указываются возможные виды программ (передач), которые отнесены к определенному тематическому направлению вещания, и, следовательно, вещание всех перечисленных программ необязательно.

Особо отмечаю, что при наличии в программной направленности (концепции) вещания СМИ «совмещенных» направлений вещания, таких как «информационно-развлекательное», в составе СМИ должны распространяться программы (передачи), которые одновременно относятся и к информационной и к развлекательной направленности. Например при распространении в этом случае только новостные выпуски, не содержащие информации развлекательного характера, лицензионное требование будет нарушено.

Единственная выпускаемая региональная программа не может быть распределена поминутно на несколько различных тематических направлений вещания. Исключения составляют случаи, когда лицензией (в разделе «Краткая характеристика предусмотрено распределение рубрик одной передачи по различным направлениям вещания. Также недопустимо одну программу в полном объеме относить к двум различным направлениям вещания.

Выходные данные.

1. Выходные данные должны располагаться только в выпусках соответствующего СМИ. Не должно быть выходных данных регионального СМИ, например, в ночном эфире сетевого партнера, в выпусках рекламы сетевого партнера и т.п.
2. Выпуск регионального СМИ должен начинаться объявлением выходных данных. После окончания выпуска регионального СМИ должны быть выходные данные сетевого партнера. Если Вы определите иной способ обозначить окончание вещания регионального СМИ и начало вещание СМИ сетевого партнера – пожалуйста. При этом напоминаю, что джинглы, не являясь выходными данными, также как и логотип телеканала, не могут обозначать вещание того или иного СМИ.

***Слайд 7***

Блок-схема порядка размещения выходных данных показана на слайде.

Для региональных СМИ, распространяющихся по лицензии, в которой указаны несколько средств массовой информации, выходящих в свет менее 4 раз в течение одних суток вещания, полные входные данные объявляются:

- при каждом выходе, если объем непрерывного вещания составляет менее 180 минут;

- при каждом выходе, а также во время эфира, чтобы общее количество объявлений полных выходных данных составило не менее 4 раз в сутки, если объем непрерывного вещания составляет более 180 минут в сутки.

***Слайд 8***

На следующем сайте перечислены основные требования к размещению информации об ограничении распространения среди детей материалов, распространяемых посредством телевизионного и радиовещания.

При этом дополнительно обращаю внимание на следующие два момента:

- необходимость в соответствии с требованием закона размещения информации об ограничении для детей (включая «0+») на объявлениях о проведении массовых мероприятий;

- целесообразность размещение знака информационной продукции в анонсах телепередач.

***Слайд 9***

Согласно части 3 статьи 16 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, вещатель должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления табака непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, такой программы.

Обращаю ваше внимание, что если телепрограмма представляет собой музыкальный блок, в состав которого входят несколько аудиовизуальных произведений, в одном из которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, то размещение социальной рекламы о вреде курения вначале такой телепрограммы (музыкального блока) признается надлежащим исполнением требования закона даже при отсутствии такой социальной рекламы непосредственно перед той частью произведения, в которой происходит демонстрация табачных изделий. Кроме того трансляция такой рекламы допустима в любое время аудиовизуального произведения и не содержит привязки к непосредственному моменту такой демонстрации (например в конце художественного фильма).

И последнее, прошу обратить внимание на следующий слайд.

***Слайд 10***

В случае если объем вещания радиоканала (телеканала) не превышает максимальный объем, указанный при регистрации средства массовой информации, и учредителем не принято решение об изменении (о сокращении) максимального объема вещания СМИ, то обязанность уведомлять регистрирующий орган о меньшем объеме отсутствует.

Вместе с тем, в течение месяца со дня изменения периодичности выпуска средства массовой информации учредитель обязан уведомить об этом регистрирующий орган.