В Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации

Комитет Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи

103265, город Москва, улица Охотный ряд, дом 1

[**cinfo@duma.gov.ru**](mailto:cinfo@duma.gov.ru)

В **Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций**  
109074, г.Москва, Китайгородский пр., д.7, стр.2.

[**rsoc\_in@rkn.gov.ru**](mailto:rsoc_in@rkn.gov.ru)

**Обращение главных редакторов   
печатных СМИ Российской Федерации**

Поводом для обращения стали участившиеся случаи необоснованного привлечения редакций печатных СМИ к административной ответственности из-за отсутствия информации о возрастных ограничениях, либо несоответствии маркировки знаку, установленному в прокатном удостоверении аудиовизуальной продукции, при публикации газетами программ телепередач.

Как правило, в отношении должностного лица (главного редактора печатного СМИ) территориальным управлением Роскомнадзора составляется протокол об административном правонарушении и материалы передаются в суд для привлечения к ответственности по части 2 статьи 13.21 Кодекса Российской Федерации «Об административных правонарушениях». Однако часто суды отказывают в привлечении должностных лиц к ответственности, исходя из того, что:

**Во-первых**, само по себе отсутствие знака возрастного ограничения в тексте программы телепередач, несущей информацию лишь о названии фильма, не может нанести вред здоровью и развитию детей.

**Во-вторых**, указанный знак не обладает признаками опасной информации, перечисленной в статье 5 Федерального закона РФ № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

**В-третьих**, согласно части 4 статьи 11 Закона № 436-ФЗ оборот информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 настоящего Федерального закона, без знака информационной продукций не допускается, **за исключением периодических печатных изданий**, специализирующих на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера, и это касается значительной части газет.

По нашему мнению, закон содержит положения, которые позволяют достаточно произвольно трактовать проверяющим организациям степень ответственности печатных СМИ при публикации телепрограммы, смешивая понятия аудиовизуальной и газетной информаций.

Часть 4 статьи 12 Федерального закона РФ от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» действительно предусматривает, что знак информационной продукции размещается в **публикуемых программах теле**- и радиопередач, перечнях и каталогах информационной продукции, а равно и в такой информационной продукции, размещаемой в информационно-телекоммуникационных сетях. Но даже в Рекомендациях Роскомнадзора по применению Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» указано, что **знак информационной продукции указывается** для каждой программы, передачи, публикуемой в программах телепередач **при осуществлении телевизионного вещания. Подчеркиваем, что печатные СМИ по определению не осуществляют телевизионного вещания.**

**Таким образом, исходя из логики закона, требование о маркировке не является обязательным для печатных СМИ.**

Также следует отметить, что печатные СМИ в подавляющем большинстве приобретают пакеты программ у третьих лиц, которые работают напрямую с телевизионными каналами, где и происходит сводка и первоначальная верстка анонсов. Как правило, телевизионные программы поступают в редакции накануне сдачи газет, и времени для верификации нескольких сотен анонсируемых фильмов и передач через сайт Министерства культуры РФ ([**www.mkrf.ru**](http://www.mkrf.ru)), как рекомендуют работники РКН, нет возможности. Более того, часто названия одного и того же фильма на этом сайте несколько раз дублируются в зависимости от года производства, авторства и т.д. Любопытно, что и их маркировка может быть разной. Таким образом, даже дотошная верификация информации не дает гарантии того, что редакции правильно промаркируют передачи и фильмы.

Мы считаем, что некоторыми территориальными управлениями Роскомнадзора указанные положения Закона и Рекомендаций трактуются слишком широко. Игнорируется и сложившаяся судебная практика, что влечет за собой дополнительные проверки деятельности юридических лиц, создает необоснованную нагрузку на суды, отвлекает специалистов Роскомнадзора, а также возлагает дополнительные расходы как временные, так и финансовые (в том числе судебные) на средства массовой информации.

Необоснованное привлечение к ответственности несет и дополнительную нагрузку на бюджет, поскольку в данном случае судебные расходы, понесенные СМИ в связи с обжалованием действий должностных лиц Роскомнадзора, могут быть взысканы в их пользу с федерального бюджета.

На основании вышеизложенного, считаем необходимым внесение изменений в нормативно-правовые акты, уточняющие положения в части маркировки знаками информационной продукции телепрограмм печатными СМИ.

Обращение подписано:

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**, главный редактор газеты\_\_\_\_\_\_\_\_

г. \_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_ область.

20.11.2015 г. Подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Контактная информация:

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Адрес редакции:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тел. \_\_\_

Моб. тел. \_\_\_

E-mail: [\_\_\_\_\_](mailto:berbgo@gmail.com)