

## Памятка: Что нельзя говорить/показывать в эфире СМИ, публиковать в Интернете?

Информационные материалы (тематика)	Что именно нельзя показывать/передавать в эфир?	Ответственность за несоблюдение законодательных ограничений
<p><b>Нормы русского языка/ иностранные слова/ мат</b></p>	<p><b>Государственный язык РФ (русский язык) подлежит обязательному использованию в продукции СМИ.</b></p> <p><b>Продукция СМИ</b> - тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск телеканала, радиоканала, радиопрограммы, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы, отдельный выпуск либо обновление сетевого издания, отдельный выпуск иного СМИ.</p> <p>1. В продукции СМИ <u>нельзя</u> использовать иностранные слова и выражения.</p> <p>В продукции СМИ <u>допускается</u> использование иностранных слов и выражений, <b>если одновременно присутствует их идентичный перевод на русский язык.</b> Текст перевода должен быть идентичным по содержанию, равнозначным по размещению и техническому оформлению (иметь одинаковые параметры - цвет, тип и размер шрифта), выполнен разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на иностранном языке, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.</p> <p><b>При использовании русского языка как государственного языка РФ в продукции СМИ, должны соблюдаться нормы современного русского литературного языка.</b> Под нормами современного русского литературного языка понимаются правила использования языковых средств, <u>закрепленные в нормативных словарях, справочниках и грамматиках.</u> Порядок формирования и утверждения списка таких словарей, справочников и грамматик, требования к составлению и периодичности издания нормативных словарей, предусмотренных настоящей частью, утверждаются <b>Правительством РФ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Орфографический словарь русского языка. Букчина Б.З., Сазонова И.К., Чельцова Л.К. - М.: "АСТ-ПРЕСС", 2008. - 1288 с.</li> <li>2. Грамматический словарь русского языка: Словоизменение. Зализняк А.А. - М.: "АСТ-ПРЕСС", 2008. - 794 с.</li> <li>3. Словарь ударений русского языка. Резниченко И.Л. - М.: "АСТ-ПРЕСС", 2008. - 943 с.</li> <li>4. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. Телия В.Н. - М.: "АСТ-ПРЕСС", 2008. - 782 с.</li> </ol> <p>В настоящее время также применяются <b>«Правила русской орфографии и пунктуации»</b>, утвержденные в 1956 году Академией наук СССР, Министерством высшего образования СССР и Министерством просвещения РСФСР.</p>	<p>Не допускается использование СМИ для распространения материалов, содержащих нецензурную брань (штраф: на должн. лиц – 5 т. -20 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на юр. лиц – 20 т. – 200 т. руб. рублей с конфискацией предмета админ. правонарушения (ч.3 ст.13.21 КоАП РФ).</p> <p>В соответствии с п. 2 ст. 6 ФЗ «О государственном языке в РФ» нарушение настоящего Федерального закона влечет за собой ответственность, установленную законодательством Российской Федерации.</p> <p>Так, в соответствии с Законом «О СМИ» предусмотрена общая ответственность редакции СМИ за несоблюдение законодательства РФ, выдача предупреждения, приостановление деятельности СМИ, признание регистрации СМИ недействительной или прекращение действия лицензии на вещание на основании требования Генерального прокурора РФ или его заместителей.</p>

Также в настоящее время также ведется активная работа по внесению изменений и дополнений в орфографический словарь Института русского языка имени В.В. Виноградова РАН. Так, в указанный словарь, были добавлены три новых слова - коптер, почтомат и фотовидеофиксаци.

2. Не допускается использование СМИ для распространения материалов, содержащих **нецензурную брань**.

В настоящий момент **отсутствует единый перечень нецензурных бранных слов**.

Однако среди специалистов Института русского языка имени В.В. Виноградова РАН бытует мнение, согласно которому к нецензурным словам и выражениям относятся четыре общеизвестных слова, начинающихся на «х», «п», «е», «б», а также **образованные от них слова и выражения**.

**НЕ** относятся к нецензурным словам и выражениям **неприличные и грубо-просторечные слова и содержащие их выражения**, но использование таких слов и выражений в СМИ **также недопустимо** в соответствии с требованиями ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», и ФЗ «О государственном языке РФ».

**Выход в эфир музыкальных радио- и телеканалов музыкальных клипов российских исполнителей, в тексте песен которых содержится нецензурная брань, НЕДОПУСТИМ.**

В ряде случаев **обценная лексика** подвергается вещателем, так называемой, **маскировке**, но, исходя из звукового состава рифмы, нецензурное слово в паре её образующей определяется однозначно.

**Обценная лексика** (от лат. Obscenus «непристойный, распутный, безнравственный»; также мат, нецензурная лексика, нецензурная брань, сквернословие) — табуированная (недопустимая) лексика, которую говорящие воспринимают как отталкивающую, непристойную. В это определение входят такие понятия, как кощунство, проклятия, брань, вульгаризмы, мат, эвфемизмы, дисфемизмы.

Роскомнадзор требует при осуществлении деятельности по производству и распространению продукции СМИ строго соблюдать действующее законодательство РФ и **не допускать распространения противоправной информации** (Профилактическое письмо РКН № 04СВ-58153 от 02.07.2019).

Использование в СМИ **маскировки** нецензурной брани (точное указание таких средств невозможно, но, например, замена слова *звуковым сигналом*, в сетевых СМИ это может быть замена одной или нескольких букв нецензурного слова знаком или другой буквой), допускается **только в случаях**, когда осуществляется цитирование классических литературных произведений и кинодокументальных произведений, в которых использование такой лексики является **неотъемлемой частью художественного замысла**.

3. На редакции лежит ответственность за работу с приглашаемыми в прямой эфир гостями.

Редакция, главный редактор, журналист **не несут ответственности** за распространение сведений, представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации, в том числе, в случае, если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир **без**

	<p><b>предварительной записи</b>, когда невозможно предусмотреть заранее о том, что может сказать приглашенный в студию гость <b>в прямом эфире</b>. Однако, если программа выходит в эфир <b>в записи</b>, то в данном случае <b>редакция должна принять все необходимые меры к устранению нецензурной брани из эфира</b>.</p>	
<p><b>Курение/ потребление табака</b></p>	<p><b><u>В произведениях, созданных после 01 июня 2014 года нельзя показывать/озвучивать:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ табачные изделия или никотинсодержащую продукцию,</li> <li>✓ устройства для потребления никотинсодержащей продукции,</li> <li>✓ кальяны,</li> <li>✓ процесс потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции.</li> </ul> <p><b>Исключения:</b></p> <p>1. Если такое действие является неотъемлемой частью художественного замысла во вновь созданных и предназначенных для <b>взрослых</b> аудиовизуальных произведениях. Но доказать, что сигарета или курящий человек — часть художественного замысла, сложно.</p> <p>2. Показывать табачные изделия, курящих людей и т.д. в СМИ можно <b>в рамках информационных кампаний о вреде курения</b>.</p> <p><b><u>В произведениях, созданных до 01 июня 2014 года:</u></b></p> <p>Если фильм (интервью или любое другое произведение) был создан до вступления в силу Закона “Об охране здоровья гр. от воздействия окружающего табачного дыма...” и в нем есть сцена курения, то при его демонстрации <b>обязательно должна быть специальная пометка о вреде курения (социальная реклама)</b>.</p> <p><b>Предупреждение (социальная реклама о вреде потребления табака)</b> должна размещаться непосредственно <b>перед началом или в любой момент времени в период демонстрации аудиовизуального произведения в любой форме</b> (например, в виде самостоятельного аудиовизуального произведения (видеоряда) или путем наложения на кадр аудиовизуального произведения способом "бегущей строки" или иным способом).</p> <p>Информация о вреде потребления табака должна быть доведена до потребителей <b>в воспринимаемой форме</b> (в частности, читаемым шрифтом, имеющим достаточный для восприятия текста с телеэкрана размер и контрастность).</p> <p>Распространение посредством <b>телевизионного вещания</b> информационной продукции, способной вызвать у детей желание употребить табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, допустимо <b>с 23 часов до 4 часов по местному времени</b> и должно сопровождаться демонстрацией знака информационной продукции "18+" в углу кадра, в начале трансляции телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой и (или) иной информацией).</p> <p>Распространение посредством <b>радиовещания</b> информационной продукции, способной вызвать у детей желание употребить табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, допустимо <b>с</b></p>	<p><b>Демонстрация</b> табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции или кальянов либо процесса потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ - во вновь созданных и предназначенных для <b>взрослых</b> аудиовизуальных произведениях (<i>штраф на должн. лиц – 20 т. - 40 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. - 170 т. руб. (ч.2 ст. 14.3.1. КоАП)</i>).</li> <li>✓ - во вновь созданных и предназначенных для <b>детей</b> аудиовизуальных произведениях (<i>штраф на должн. лиц – 20 т. - 50 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. - 200 т. руб. (ч.3 ст. 14.3.1. КоАП)</i>).</li> </ul> <p><i>Вновь созданными произведениями необходимо считать произведения, созданные после 1 июня 2014 года.</i></p> <p><b>Неисполнение обязанности трансляции социальной рекламы о вреде потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции</b> при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий, никотинсодержащей продукции либо процесса потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции (<i>штраф на должн. лиц – 10 т. - 20 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. - 200 т. руб. (ч.5 ст. 14.3.1. КоАП)</i>).</p> <p><b>Нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции СМИ, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию</b> (<i>штраф на гр. - 2 т. - 3 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на должн. лиц – 5 т. - 20 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на юр. лиц – 20 т. - 200 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения (ч.2 ст. 13.21. КоАП)</i>).</p> <p>Опубликование в СМИ программ теле- и (или) радиопередач, перечней и (или) каталогов информационной продукции <b>без размещения знака информационной продукции</b> либо со знаком информационной продукции, <b>не соответствующим категории информационной продукции</b> (<i>штраф на гр. - 1 т. - 2 т. руб.; на должн. лиц – 3 т. - 7 т. руб.; на юр. лиц – 10 т. - 50 т. руб. (ч.2.1 ст. 13.21. КоАП)</i>).</p>

	<p><b>23 часов до 4 часов по местному времени</b> и должно сопровождаться <b>сообщением об ограничении распространения такой информационной продукции среди детей</b> в начале трансляции радиопередач.</p> <p>На <b>сайтах и в онлайн-СМИ</b> с пометкой <b>18+</b> и при условии, что человек должен подтвердить, что ему есть 18 лет.</p> <p>На <b>аудиовизуальных сервисах</b> при условии, что доступ для людей младше <b>18 лет</b> запрещен.</p>	
<p><b>Алкоголь/ спиртосодержащая продукция</b></p>	<p><b>1. Размещение (аудиовидео) брендов продукции – запрещено, за исключением мест продажи и выставок.</b></p> <p><b>2. Размещение информации об алкоголе в продакт-плейсмент (product placement).</b></p> <p><i>Продакт-плейсмент (product placement)</i> - рекламный приём, заключающийся в том, что в сюжет, реквизит фильма, телевизионной передачи, компьютерной игры, музыкального клипа или книги включается товар, бренд, образ, имеющий аналог реального коммерческого продукта.</p> <p>В России, в соответствии с ФЗ «О рекламе» (ст. 2, п. 9), продакт-плейсмент <u>не рассматривается в качестве рекламы</u>: "Настоящий Федеральный закон не распространяется на... упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера."</p> <p>По мнению ФАС России, органично интегрированной в то или иное произведение, в том числе видеоролик или пост блогера, можно признать информацию о товаре или лице, <b>которая является составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики героя или созданной ситуации.</b> При этом, такие товар или организация не представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, <b>они не подменяют главных персонажей в произведении (отдельной его части), не нарушают сюжета и не могут быть изъяты из него без ущерба для целостного восприятия произведения.</b></p> <p><b>3. Не будет считаться рекламой алкоголя в соответствии с позицией ФАС России:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- носящие информационный новостной характер журналистские материалы о культуре потребления алкогольных напитков, например, о традициях потребления вина в различных странах (без привлечения внимания к определенным алкогольным напиткам);</li> <li>- публикации с прошедших выставок алкогольной продукции (без формирования интереса к определенной алкогольной продукции);</li> <li>- интервью с представителем организации, производящей или реализующей алкогольную продукцию (не направленное на привлечение внимания к этой организации с целью реализации производимой или продаваемой ею продукции);</li> <li>- рецепты приготовления блюд или коктейлей с указанием ингредиентов алкогольных напитков, но без приведения наименований конкретных алкогольных напитков (например, «добавить 200 мл белого вина» — не реклама, а «добавить 200 мл белого вина марки «N»» — вполне могут признать таковой).</li> </ul>	<p>Реклама алкогольной продукции не должна размещаться: в телепрограммах и радиопрограммах (за исключением рекламы вина, крепленого вина и игристого вина, произведённого в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая допустима в телепрограммах и в радиопрограммах (за исключением трансляции в прямом эфире или в записи детско-юношеских спортивных соревнований) с 23 до 7 часов местного времени (п.3 ч.2 ст.21, ч.8 ст.21 ФЗ «О рекламе»).</p> <p><i>Ответственность - рекламодатель/распространитель.</i> (штраф на граждан -2 т.-2.5 т. руб.; на должностных лиц – 4 т. - 20 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. – 500 т. руб. (ч.1 ст. 14.3. КоАП).</p> <p>Реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (п.8 ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе»).</p> <p><i>Ответственность - рекламодатель/распространитель.</i> (штраф на граждан -2 т.-2.5 т. руб.; на должностных лиц – 4 т. - 20 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. – 500 т. руб. (ч.1 ст. 14.3. КоАП).</p> <p>К информации, запрещенной для распространения среди детей, относится информация способная вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию (п.2 ч.2 ст. 5 ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию").</p> <p>Не подлежит распространению посредством теле- и радиовещания <b>с 4 часов до 23 часов по местному времени</b> (ч.1 ст.13 ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию").</p> <p><b>Нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции СМИ, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию</b> (штраф на гр. -2 т.-3 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на должн. лиц – 5 т. -20 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на юр. лиц – 20 т. – 200 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения (ч.2 ст. 13.21. КоАП).</p>

	<p><b>Но! Главное условие</b> — такие материалы <b>не должны формировать интерес к товару</b>, в частности, не должны содержать указание на наименование или любые обозначения, позволяющие понять, о каком товаре и производителе идет речь.</p> <p>В случае, если ФАС России посчитает продакт-плейсмент с информацией об алкогольной продукции рекламой непосредственно алкогольной продукции, то, за распространение такой информации в телепрограммах, радиопрограммах, в сети "Интернет", рекламодателю (СМИ) грозит штраф по ч.1 ст. 14.3. КоАП (на должностных лиц – 4 т. -20 т. руб.; на юр. лиц – 100 т. – 500 т. руб.).</p> <p><b>3. Информация, способная вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию, НЕ подлежит распространению посредством теле- и радиовещания с 4 часов до 23 часов по местному времени.</b></p> <p>Распространение посредством <b>телевизионного вещания</b> информационной продукции, способной вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию, допустимо с <b>23 часов до 4 часов по местному времени</b> и должно сопровождаться демонстрацией знака информационной продукции "<b>18+</b>" в углу кадра и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания "запрещено для детей", в начале трансляции телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой и (или) иной информацией).</p> <p>Распространение посредством <b>радиовещания</b> информационной продукции, способной вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию, допустимо с <b>23 часов до 4 часов по местному времени</b> и должно сопровождаться <b>сообщением об ограничении распространения такой информационной продукции среди детей</b> в начале трансляции радиопередач.</p> <p>На <b>сайтах и в онлайн-СМИ</b> с пометкой <b>18+</b> и при условии, что человек должен подтвердить, что ему есть 18 лет.</p> <p>На <b>аудиовизуальных сервисах</b> при условии, что доступ для людей младше <b>18 лет</b> запрещен.</p>	<p>Опубликование в СМИ программ теле- и (или) радиопередач, перечней и (или) каталогов информационной продукции <b>без размещения знака информационной продукции либо со знаком информационной продукции, не соответствующим категории информационной продукции</b> (штраф на гр. -1 т.-2 т. руб.; на должн. лиц – 3 т. - 7 т. руб.; на юр. лиц – 10 т. – 50 т. руб. (ч.2.1 ст. 13.21. КоАП).</p>
<p><b>Пропаганда ЛГБТ, смены пола и педофилии</b></p>	<p><b>Не допускается использование СМИ для распространения материалов, пропагандирующих нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола.</b></p> <p><b>В России запрещено распространение среди несовершеннолетних информации с демонстрацией ЛГБТ, а именно:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пропагандирующую либо демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения;</li> <li>- пропагандирующую педофилию;</li> <li>- способную вызвать у детей желание сменить пол.</li> </ul> <p>«Под демонстрацией понимается как описание, так и изображение нетрадиционных сексуальных отношений или предпочтений».</p>	

Информация, **демонстрирующая** нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, отнесена к категории **18+**, то есть к запрещенной для распространения среди детей.

**Распространять ее можно только:**

- на бесплатных теле- и радиоканалах с 23:00 до 4:00 с обязательной пометкой 18+ (на платных — в любое время, но при условии, что доступ к ним осуществляется с применением декодирующих технических устройств и человек должен подтвердить, что ему исполнилось 18 лет);
- на сайтах и в онлайн-СМИ с пометкой 18+ и при условии, что человек должен подтвердить, что ему есть 18 лет;
- на аудиовизуальных сервисах при условии, что доступ для людей младше 18 лет запрещен.

**Любой контент об ЛГБТ** (фрагмент ЛГБТ-парада, демонстрация ЛГБТ-символики или квир-персон), в том числе в нейтральном и негативном ключе, нужно помечать символами «18+» или текстовым предупреждением «запрещено для детей».

Также с помощью технических средств (или других способов) необходимо **требовать подтверждения возраста аудитории СМИ** при попытке ознакомиться с публикацией, где есть демонстрация ЛГБТ.

**Под «ЛГБТ-пропагандой» или пропагандой смены пола, которая в России с декабря 2022 года запрещена среди всех возрастов, понимается:**

- ✓ распространение информации или совершение публичных действий, направленных на «формирование нетрадиционных сексуальных установок, привлекательности нетрадиционных сексуальных отношений (предпочтений) либо смены пола»;
- ✓ распространение информации или совершение публичных действий, направленных на формирование «искаженного представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений»;
- ✓ «навязывание информации, вызывающей интерес» к ЛГБТ-отношениям или смене пола.

**Важно!**

Понятия пропаганды и демонстрации, например, «нетрадиционных сексуальных отношений» **достаточно размыты**. Поэтому даже если вы уверены, что в материале нет пропаганды, а есть только демонстрация, у правоприменителей на этот счет может быть другое мнение!

Владельцы соцсетей и новостных агрегаторов, **доступ к которым в течение суток составляет более пятисот тысяч пользователей сети «Интернет»**, обязаны выявлять и удалять информацию, которая «пропагандирует нетрадиционные сексуальные отношения и предпочтения, педофилию, смену пола». Распространение пропаганды «нетрадиционных» сексуальных отношений или предпочтений, смены пола и педофилии теперь — **основание для внесудебной блокировки сайта Роскомнадзором**.

На данный момент критерии оценки материалов, на основе которых Роскомнадзор будет принимать решения о включении информации в интернете в реестр запрещенной информации,

**Штрафы за пропаганду ЛГБТ, педофилии, демонстрацию ЛГБТ по статьям 6.21, 6.21.1 и 6.21.2 КоАП РФ:**

Состав	Для гр.	Для должн. лиц	Для юр. лиц
ЛГБТ-пропаганда среди взрослых в интернете или СМИ	100 т.—200 т. руб.	200 т.—400 т. руб.	1 млн.—4 млн. руб.
ЛГБТ-пропаганда среди несовершеннолетних в интернете или СМИ	200 т.—400 т. руб.	400 т.—800 т. руб.	2 млн.—5 млн. руб.
Пропаганда педофилии в СМИ или интернете	400 т.—800 т. руб.	800 т.—2 млн. руб.	4 млн.—10 млн. руб.
Распространение в СМИ или интернете среди несовершеннолетних информации об ЛГБТ и сведений, которые могут вызвать у них желание сменить пол	100 т.—200 т. руб.	200 т.—400 т. руб.	1 млн.—4 млн. руб.

	<p>разработаны и проходят этап общественного обсуждения (проект приказа с перечнем критериев пропаганды ЛГБТ в Интернете).</p> <p><b>Критерии для запрещения сайта:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ контент, убеждающий в привлекательности нетрадиционных сексуальных отношений и формирующий «положительный образ лиц, состоящих в нетрадиционных сексуальных отношениях»;</li> <li>✓ информация, направленная на выработку представления о допустимости связи с несовершеннолетними или же о допустимости смены пола;</li> <li>✓ сведения, обосновывающие допустимость нетрадиционных отношений;</li> <li>✓ информация, «направленная на формирование искаженного представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений».</li> </ul> <p>В случае принятия, приказ Роскомнадзора вступит в силу с <b>1 сентября 2023 года</b> и будет действовать в течение шести лет.</p>	
<p><b>Коронавирус/вакцинация</b></p>	<p><b>В СМИ запрещена публикация контента о COVID-19, способного привести к причинению серьезного вреда здоровью.</b></p> <p>Нельзя распространять материалы, в которых сообщаются ложные медицинские сведения о коронавирусной инфекции, противоречащие официальным источникам – местным органам здравоохранения и Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ).</p> <p><b><u>Речь идет о контенте на следующие темы:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• лечение;</li> <li>• профилактика;</li> <li>• диагностика;</li> <li>• передача вируса;</li> <li>• существование COVID-19.</li> </ul> <p><b><u>Примеры (Вот несколько примеров недопустимого контента):</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• утверждения о том, что коронавирусной инфекции не существует;</li> <li>• COVID-19 протекает бессимптомно и не приводит к летальным исходам;</li> <li>• количество летальных исходов от COVID-19 не превышает число смертей от простуды или сезонного гриппа;</li> <li>• COVID-19 не более заразен, чем простуда или сезонный грипп;</li> <li>• утверждения о том, что COVID-19 не приводит к летальным исходам;</li> <li>• утверждения о том, что любая вакцина эффективна для профилактики COVID-19;</li> <li>• утверждения о том, что существует лекарство от коронавируса;</li> <li>• призывы лечиться народными средствами и не обращаться за медицинской помощью в случае недомогания;</li> <li>• видео, в которых сообщается, что коронавирусом можно заразиться во время тестирования на COVID-19;</li> <li>• утверждения о том, что вакцинация от COVID-19 приводит к смерти;</li> <li>• утверждения о том, что вакцинация от COVID-19 используется в целях сокращения населения;</li> </ul>	<p><b>Распространение в СМИ, а также в Интернет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ заведомо недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений, <b>создавшее угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи, если эти действия лица, распространяющего информацию, не содержат уголовно наказуемого деяния, - (штраф на гр. -30 т.-100 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой; на должн. лиц – 60 т. -200 т. руб.; на юр. лиц – 200 т. – 500 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой. (ч.9 ст. 13.15 КоАП);</b></li> <li>➤ под видом достоверных сообщений заведомо недостоверной информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан., и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств - (штраф на юр. лиц – 1,5 млн. руб. – 3 млн. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой. (ч. 10.1. ст. 13.15 КоАП);</li> <li>➤ заведомо недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений, <b>повлекшее смерть человека,</b> причинение вреда здоровью человека или имуществу, массовое нарушение общественного порядка и (или) общественной безопасности, прекращение функционирования объектов жизнеобеспечения, транспортной или социальной</li> </ul>

- утверждения о том, что вакцинация от COVID-19 приводит к заражению другими инфекционными заболеваниями или делает людей более уязвимыми к заражению другими инфекционными заболеваниями;
- утверждения о том, что вакцины от COVID-19 содержат чипы или иные отслеживающие устройства.

инфраструктуры, кредитных организаций, объектов энергетики, промышленности или связи, - *(штраф на юр. лиц – 3 млн. руб. – 5 млн. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой. (ч. 10.2. ст. 13.15 КоАП).*

**Повторное совершение админ. правонарушения,** предусмотренного частью 10, 10.1 или 10.2 ст. 13.15 КоАП, - *(штраф на гр. - 300 т. -400 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой; на должн. лиц – 600 т. -900 т. руб.; на юр. лиц – 5 млн. руб. – 10 млн. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения или без таковой. (ч.11 ст. 13.15 КоАП).*

Обо всех случаях возбуждения дел об административных правонарушениях в течение двадцати четырех часов **уведомляются органы прокуратуры РФ.**

**Обстоятельствами, представляющими угрозу жизни и безопасности граждан, признаются** чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, чрезвычайные экологические ситуации, в том числе **эпидемии,** эпизоотии и иные обстоятельства, возникшие в результате аварий, опасных природных явлений, катастроф, стихийных и иных бедствий, повлекшие (могущие повлечь) человеческие жертвы, нанесение ущерба здоровью людей и окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности населения.

**Вспышка COVID-19 однозначно попадает под указанные обстоятельства.**

**Публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной:**

- информации об обстоятельствах, представляющих угрозу жизни и безопасности граждан, и (или) о принимаемых мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты от указанных обстоятельств – *(наказывается штрафом в размере от трехсот тысяч до семисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до восемнадцати месяцев, либо обязательными работами на срок до трехсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо ограничением свободы на срок до трех лет (ст. 207.1. УК РФ).*
- общественно значимой информации, повлекшее по неосторожности причинение вреда здоровью человека, - *(наказывается штрафом в размере от семисот тысяч до одного*



		<p><i>миллиона пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо исправительными работами на срок до одного года, либо принудительными работами на срок до трех лет, либо лишением свободы на тот же срок (ч.1 ст. 207.2. УК РФ).</i></p> <p>То же деяние, повлекшее по неосторожности смерть человека или иные тяжкие последствия, - <i>(наказывается штрафом в размере от одного миллиона пятисот тысяч до двух миллионов рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от восемнадцати месяцев до трех лет, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет, либо лишением свободы на тот же срок (ч.2 ст. 207.2. УК РФ).</i></p> <p><b>Обстоятельствами, представляющими угрозу жизни и безопасности граждан, признаются</b> чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера, чрезвычайные экологические ситуации, в том числе эпидемии, эпизоотии и иные обстоятельства, возникшие в результате аварий, опасных природных явлений, катастроф, стихийных и иных бедствий, повлекшие (могущие повлечь) человеческие жертвы, нанесение ущерба здоровью людей и окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности населения.</p>
<p><b>Иноагенты</b></p>	<p><b>Как писать об иноагентах и публиковать их материалы в СМИ и в Интернете?</b>          Если в зарегистрированном СМИ (не важно, онлайн-СМИ это, печатное, теле- или радиоканал) публикуются или цитируются материалы, созданные иноагентами, то <b>обязательно нужно:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ По Закону «О СМИ» — <i>ставить пометку о том, что человек, организация или общественное объединение признаны иностранным агентом.</i> Эту пометку нужно ставить не только в самом издании, но и на страницах в социальных сетях, принадлежащих СМИ. Если это стороннее издание, то пометка может быть в свободной форме. Форма указания и место его размещения определяется самостоятельно редакцией СМИ. Указание необходимо даже в случаях, когда иностранный агент просто упоминается.</li> <li>✓ По Закону «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» — сопровождать информацию, созданную иноагентами (или на основе их материалов), возрастным знаком «18+». С такой же пометкой должны выходить и материалы, в которых иноагенты цитируются.</li> </ul> <p><b>Что конкретно нужно маркировать знаком «18+»?</b>          Любые материалы, которые основаны на материалах или информации от иноагентов, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ интервью, взятое у иностранного агента или руководителя организации-иноагента;</li> <li>✓ новости, которые написанные на основе материалов иноагентов;</li> </ul>	<p>При распространении сведений об НКО-иноагенте, НОО-иноагенте, физлице-иноагенте, а также их материалов СМИ обязательно должны указывать на то, что эти лица выполняют функции иностранного агента (ч. 9 ст. 4 Закона РФ "О СМИ"). Действие этой нормы распространяется также на материалы и сообщения СМИ, размещаемые в социальных сетях и других площадках в интернете. Отсутствие такого указания является нарушением и средству массовой информации может быть выдано <b>письменное предупреждение в порядке ст. 16 Закона "О СМИ"</b>.  <i>(штраф на должн. лиц – 4 т. -5 т. руб.; на юр. лиц – 40 т. – 50 т. руб. (ч. 2.1, 2.2 и 2.3 ст. 13.15 КоАП РФ).</i></p> <p>Сообщения и материалы СМИ-иноагента должны распространяться на территории России с соответствующей маркировкой. Данная норма закона призвана информировать аудиторию о том, что распространяемые этими СМИ материалы преследуют интересы других государств.</p> <p>Порядок размещения маркировки и ее содержание утверждены Приказом Роскомнадзора № 124 от 23.09.2020. Обязанность по соблюдению требований к маркировке материалов и сообщений лежит на самих СМИ-иноагентах.</p>

	<p>✓ материалы, которые специально для вашего издания подготовил человек, организация или общественное объединение, признанное иноагентом (к примеру, если статью для вашего СМИ написал журналист, внесенный в реестр, или если с подготовкой материала с объяснением нового закона вам помогали сотрудники организации-иноагента и т.п.).</p> <p><b>Список иноагентов</b> ведет Минюст России, он размещен в открытом доступе (<a href="https://minjust.gov.ru/uploaded/files/reestr-inostrannyih-agentov-10022023.pdf">https://minjust.gov.ru/uploaded/files/reestr-inostrannyih-agentov-10022023.pdf</a>).</p>	<p>Для лицензиатов-вещателей размещение такого указания при распространении материалов СМИ-иноагентов в эфире теле- и радиоканалов является лицензионным требованием согласно п. 4 ч. 9 ст. 31 Закона РФ "О СМИ". (штраф на должн. лиц – 3 т. -4 т. руб.; на юр. лиц – 30 т. – 40 т. руб. ч. 3 ст. 14.1 КоАП РФ).</p> <p>Нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции СМИ, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию (штраф на гр. -2 т.-3 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на должн. лиц – 5 т. -20 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения; на юр. лиц – 20 т. – 200 т. руб. с конфискацией предмета админ. правонарушения (ч.2 ст. 13.21. КоАП).</p> <p>Опубликование в СМИ программ теле- и (или) радиопередач, перечней и (или) каталогов информационной продукции без размещения знака информационной продукции либо со знаком информационной продукции, не соответствующим категории информационной продукции (штраф на гр. -1 т.-2 т. руб.; на должн. лиц – 3 т. - 7 т. руб.; на юр. лиц – 10 т. – 50 т. руб. (ч.2.1 ст. 13.21. КоАП).</p>
<p><b>Фейки о ВС РФ, СВО, митинги, пикеты, антивоенная символика</b></p>	<p><b>Фейк-ньюс о действиях Вооруженных Сил России, дискредитация их использования и призывы к введению санкций запрещены.</b></p> <p>Роскомнадзор <b>блокирует СМИ, которые распространяли фейки:</b> называли военную операцию войной или сообщали неофициальные данные о количестве погибших мирных жителей.</p> <p><b>Что считают дискредитацией российские суды (краткий обзор судебной практики за «дискредитацию ВСРФ» по статье 20.3.3. КоАП РФ)?</b></p> <p><b>Список «дискредитирующего контента» по версии российских судов выглядит так:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ призывы и лозунги против войны в Украине;</li> <li>✓ критика действий российских властей и ВС РФ в Украине;</li> <li>✓ украинская символика (герб, флаг, цвета флага Украины) на самых разных поверхностях. в цветах одежды и даже маникюра;</li> <li>✓ символика борьбы за мир, антивоенная символика («пацифик», зеленые ленточки и т. п.).</li> </ul> <p><b>Какие действия суды считали публичной дискредитацией?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Митинги, пикеты, антивоенная символика — 51,4%</li> <li>✓ Устные высказывания — 15%: <ul style="list-style-type: none"> <li>• высказывания на публичных акциях, мероприятиях (включая проповедь во время церковного богослужения);</li> <li>• высказывания во время учебных занятий в вузах и школах;</li> <li>• высказывания в общественных местах, в служебных помещениях и т. п.</li> </ul> </li> <li>✓ распространение листовок — 3,3%</li> </ul>	<p><b>«Публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных Сил РФ, исполнении государственными органами РФ своих полномочий» (207.3 УК РФ).</b></p> <p>1. Публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации, содержащей данные об исполнении госорганами РФ за пределами территории России в указанных целях.</p> <p><b>Наказание:</b> штраф в размере от семисот тысяч до полутора миллионов рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до восемнадцати месяцев, либо исправительными работами на срок до одного года, либо принудительными работами на срок до трех лет, либо лишением свободы на тот же срок.</p> <p>2. То же деяние, но с каким-то из квалифицирующих признаков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— совершенное с использованием служебного положения,</li> <li>— совершенное группой лиц, группой лиц по предварительному сговору или организованной группой;</li> <li>— с искусственным созданием доказательств обвинения;</li> <li>— совершенное из корыстных побуждений;</li> <li>— совершенное по мотивам политической, идеологической, расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо по</li> </ul>

- ✓ надписи на автомобилях — 2,8%.
  - антивоенные призывы;
  - украинская символика;
- ✓ Надписи на тротуарах, рекламных конструкциях, на снегу, на стенах — 3,9%
- ✓ Публикации в интернете — 23%
- ✓ Публикации в печатных СМИ - 0.6%.

**К дискредитирующим публикациям суды относили:**

- ✓ информационные сообщения о ходе военных действий, в которых негативно отображались действия ВС РФ или российских властей в ходе военной операции на территории Украины;
- ✓ высказывания или цитаты в защиту Украины или с критикой действий российских властей и ВС РФ;
- ✓ антивоенные призывы;
- ✓ посты с изображениями (в том числе мемы), где присутствовала украинская символика, антивоенные призывы критика российской власти в связи с конфликтом в Украине;
- ✓ фотографии и видеозаписи, содержащие критику действий ВС РФ или российской власти на территории Украины, антивоенные призывы.

Поводами для судебных решений стали посты или комментарии в социальных сетях, сообщения в мессенджерах. Из них почти половина (45%) — по публикациям в «ВК». Есть также наказания за посты в «Одноклассниках», Instagram, Facebook, Telegram, сообщения в публичных чатах WhatsApp, а также за публикацию ролика на «видеохостинге» (название в решении не суда упоминается). В подавляющем большинстве штрафы назначались за оригинальные посты (73,8%). В 26,2% случаев правонарушением посчитали комментарии.

Понятие «дискредитация» судами трактуется крайне широко. Термин рассматривается как проявление любого несогласия с официальной позицией власти по вопросам военной операции в Украине.

Статьи в КоАП и УК вводят наказание за **призывы к введению политических или экономических санкций**.

Призыв всегда формулируется **в форме побудительного предложения**. Но к сожалению, велика вероятность, что привлекать к ответственности будут не только за прямые призывы, но и, например, за положительную оценку каких-то ограничений.

Возбудить админ. производство или уголовное дело могут за информацию, распространенную в любом месте и в любом виде. Например, за листовку, объявление на двери подъезда, пост на странице отдельного человека или **на официальной странице СМИ** в соцсети, за материал в печатном издании, **на радио или на телевидении, за ролик на YouTube-канале, пост в Telegram** и т.д.

Практика показывает, что за использование слово «**война**» относительно специальной военной операции на территории Украины **могут привлечь к ответственности за публичное распространение заведомо ложной информации об использовании ВС РФ** (статья 207.3 УК РФ) и за дискредитацию их использования (статья 20.3.3 КоАП РФ и статья 280.3 УК РФ).

Поскольку состояние войны не было объявлено, за использование термина «война» могут привлечь к ответственности за распространение фейк-ньюс о действиях Вооруженных сил РФ и дискредитацию их использования.

мотивам ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы.

**Наказание:** штраф в размере от трех миллионов до пяти миллионов рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от трех до пяти лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до пяти лет, либо лишением свободы на срок от пяти до десяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до пяти лет.

3. Деяния, предусмотренные частями первой и второй настоящей статьи, если они повлекли тяжкие последствия.

**Наказание:** лишение свободы на срок от десяти до пятнадцати лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до пяти лет.

**«Публичные действия, направленные на дискредитацию использования Вооруженных Сил РФ в целях защиты интересов РФ и ее гр., поддержания международного мира и безопасности или исполнения государственными органами РФ своих полномочий в указанных целях» (ст.20.3.3 КоАП, ст.280.3 УК РФ).**

1. Публичные действия, направленные на дискредитацию использования Вооруженных Сил РФ в целях защиты интересов РФ и ее гр., поддержания международного мира и безопасности, в том числе публичные призывы к воспрепятствованию использования Вооруженных Сил РФ в указанных целях, а равно направленные на дискредитацию исполнения госорганами РФ своих полномочий за пределами России, если эти действия не содержат признаков уголовно наказуемого деяния.

**Наказание:** штрафы для гр. от 30 тыс. до 50 тыс. рублей, для должн. лиц — от 100 тыс. до 200 тыс. рублей, для юр. лиц — от 300 тыс. до 500 тыс. рублей.

2. Те же действия, сопровождающиеся, например, призывами к проведению несанкционированных публичных мероприятий.

**Наказание:** штрафы гр. — от 50 тыс. до 100 тыс. рублей, для должн. лиц — от 200 тыс. до 300 тыс. рублей, для юр.лиц — от 500 тыс. до 1 млн рублей.

**Призывы к введению санкций (ст.20.3.4 КоАП РФ, ст.284.2 УК РФ).**

**Новые статьи в КоАП и УК вводят наказание за призывы к введению политических или экономических санкций.**

Согласно ст. 20.3.4 КоАП призывы к введению иностранными государствами, объединениями, союзами и т.д. ограничительных мер

**Могут ли привлечь к ответственности за фотографии с митингов, на которых есть плакаты с антивоенными лозунгами?**

Формально сам материал о проходящей акции не может быть поводом для привлечения к ответственности, например, по статье 20.3.3 КоАП, если в нем нет одобрения или призывов выходить на несогласованные митинги. Однако если в материале будут фотографии, на которых видны плакаты с лозунгами, то редакция потенциально может быть привлечена к ответственности за трансляцию плакатов.

Использование **украинского флага или, например, его цветов в одежде на митинге или пикете** могут признать дискредитацией использования Вооруженных сил РФ. За это предусмотрена ответственность по статье 20.3.3 КоАП РФ.

в отношении России, гр. РФ или российских юридических лиц будут наказываться штрафами:

— для гр.: от 30 тыс. до 50 тыс. рублей,

— для должн. лиц: от 100 тыс. до 200 тыс. рублей,

— для юрлиц: от 300 тыс. до 500 тыс. рублей.

В случае повторного нарушения в течение года человеку будет грозить уже уголовная ответственность по статье 284.2 УК РФ. Она предусматривает наказание от максимального штрафа в 500 тыс. рублей до лишения на срок до трех лет.