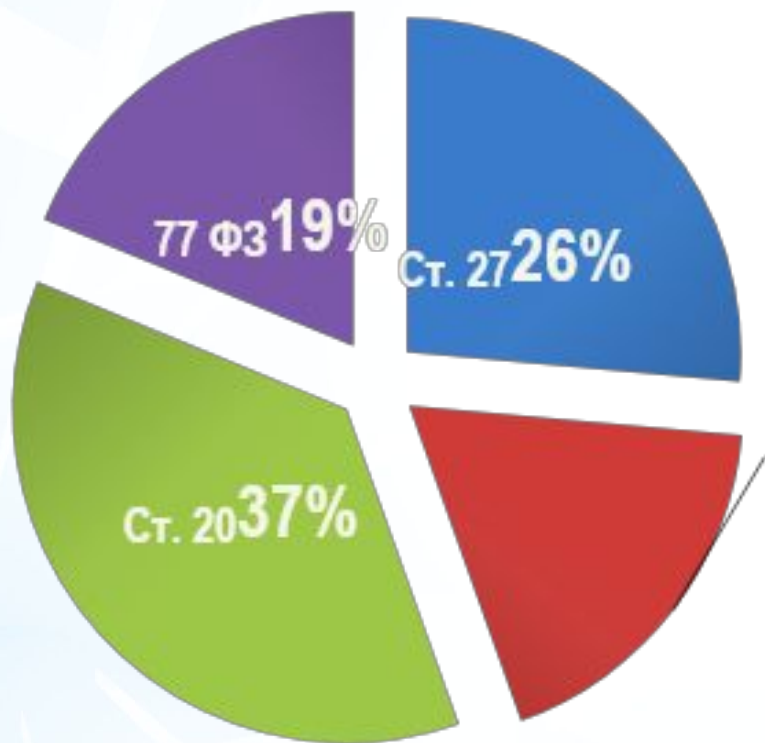


# **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ СМИ**

Санкт – Петербург  
2020

## НАИБОЛЕЕ ЧАСТЫЕ НАРУШЕНИЯ



План деятельности  
Управления Роскомнадзора  
по Северо-Западному  
федеральному округу  
размещается на официальном  
сайте по адресу

Ст. 11 18% <https://78.rkn.gov.ru/p4657/p14117/>

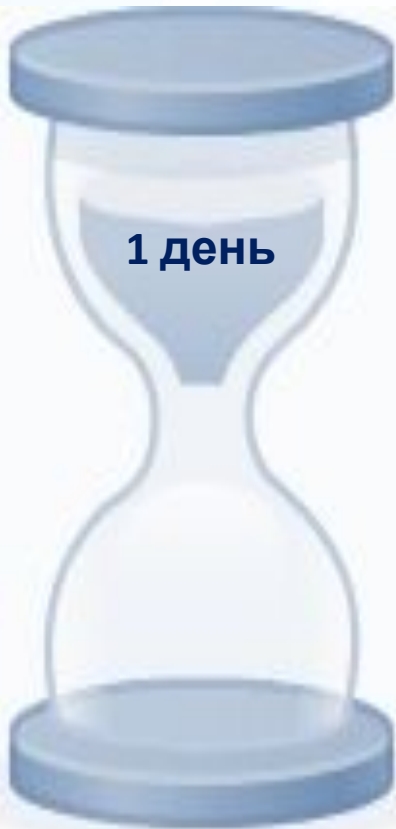
# ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ЭКЗЕМПЛЯР

В соответствии с Положением «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2009 года № 228, Роскомнадзор осуществляет государственный контроль и надзор за представлением обязательного федерального экземпляра документов в установленной сфере деятельности.



**ВАЖНО!** Роскомнадзор получателем обязательного экземпляра не является!

## Обязательный экземпляр печатного издания



Производители документов доставляют, в том числе через полиграфические организации, обязательный экземпляр **в день выхода в свет первой партии тиража**



**Невыполнение требования** закона по направлению обязательного экземпляра выпуска средства массовой информации влечет за собой привлечение к административной ответственности по **ст. 13.23 КоАП РФ**



В соответствии со ст. 19 Закона «О средствах массовой информации» **ответственность** за невыполнение обязательных требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации, несет **главный редактор**



Наличие **квитанций** об отправке обязательных экземпляров с датой, соответствующей сроку, установленному Законом, и **опись** направленной корреспонденции могут быть **доказательством соблюдения** требований закона

## Особенности направления обязательного экземпляра печатного издания в электронной форме

### КУДА НАПРАВЛЯТЬ?

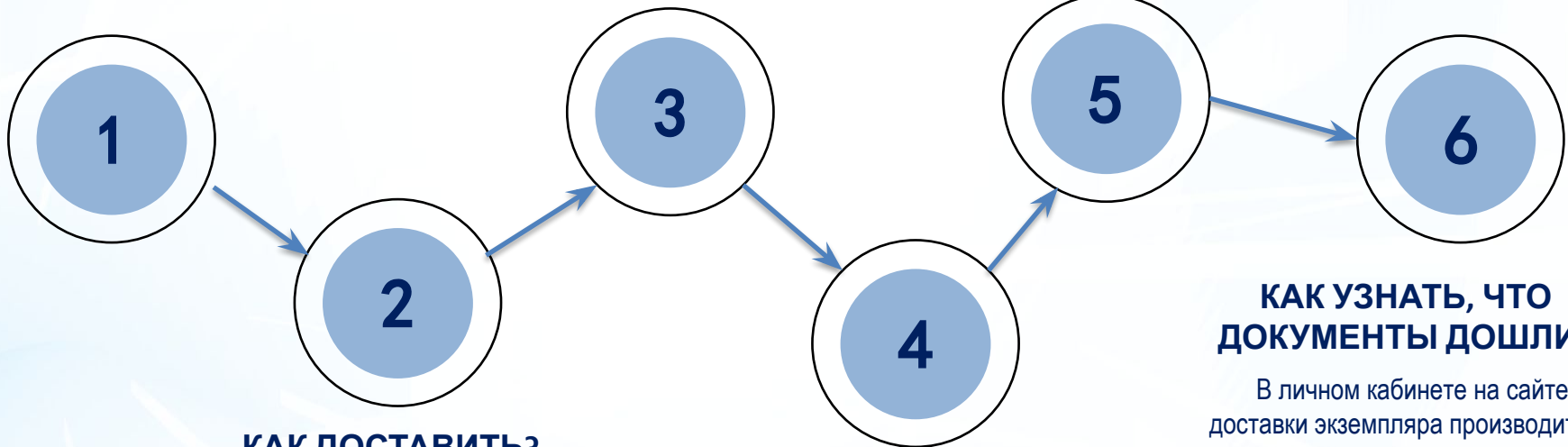
<https://oek.rsl.ru> /– Российская государственная библиотека  
<http://www.bookchamber.ru/> - Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)

### ЧТО ДЛЯ ЭТОГО НЕОБХОДИМО?

Для отправки обязательного экземпляра в электронной форме необходима квалифицированная электронная цифровая подпись (ЭЦП)

### ПРИШЛО ПИСЬМО ОТ ПОЛУЧАТЕЛЯ, ЧТО ДЕЛАТЬ?

В случае несоответствия отправленного экземпляра требованиям, получатель направляет в месячный срок на адрес производителя документа уведомление о необходимости повторной отправки с описанием проблемы



### КАК ДОСТАВИТЬ?

Доставка осуществляется производителем документов в личном кабинете пользователя на указанных сайтах.

### КТО НАПРАВЛЯЕТ?

Производитель документов может действовать как лично, так и через представителя (то есть заводить специальную ЭЦП не требуется, можно воспользоваться уже имеющейся). Для этого редакция или главный редактор должны передать права на направление владельцу ЭЦП

### КАК УЗНАТЬ, ЧТО ДОКУМЕНТЫ ДОШЛИ?

В личном кабинете на сайте доставки экземпляра производитель документа получит уведомление о принятии экземпляра

## Требования к обязательному экземпляру печатного издания в электронной форме

01



**Формат файла** – общепринятый формат для долгосрочного хранения документов PDF/A

02



**Допускается** использование метода **конвертации оригинал-макетов**, при условии, что полученный результат будет соответствовать ГОСТ Р 7.0.4-2006

03



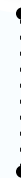
В PDF-файлах **должны сохраняться характеристики цветности**

04



**PDF-файл не должен содержать ошибки и ограничения** (в том числе программно-технические) препятствующие дальнейшему копированию и иному использованию экземпляра

05



**Разрешение** должно быть не менее 300 точек на дюйм (dpi). **Цветовое пространство** - RGB

Электронные файлы не должны содержать: пропуск страниц, пустые страницы, ошибки нумерации, нарушения порядка следования страниц, нечитаемость, отсутствие текстового слоя, отклонение текста по горизонтали более чем на 5 градусов, разные размеры страниц (в случае отсутствия подобного в печатном экземпляре)

В случае, если экземпляр представляет собой несколько составных элементов, то все элементы этого файла должны быть в формате PDF/A

Содержание электронной экземпляра должно соответствовать содержанию печатного издания

## ОБНОВЛЕНИЕ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ ЗА 2020 год

Федеральный закон от 8 июня 2020 года N 166-ФЗ

**При угрозе возникновения и (или) возникновении отдельных чрезвычайных ситуаций, введении режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации на всей территории Российской Федерации либо на ее части Правительство Российской Федерации вправе установить особенности, касающиеся сроков и порядка доставки обязательного экземпляра, а также количества предоставляемых обязательных экземпляров, на период действия указанных обстоятельств.**

## Состав комплекта и вид обязательного экземпляра аудиовизуальной продукции:

01

сопроводительное письмо с реквизитами обязательного экземпляра аудиовизуальной продукции



02

видеопродукция, аудиовизуальная продукция, созданная для телевидения и радиовещания, доставляется в двух экземплярах на электронных носителях (пункт 1 статьи 12 Закона)

03

фонопродукция, кинопродукция, созданная для телевидения и радиовещания, доставляется в двух экземплярах в виде позитивных копий вместе с монтажными или диалоговыми листами\* (пункты 1 и 2 статьи 12 Закона)

### Технические параметры



Обязательный экземпляр аудиопродукции предоставляется в Гостелерадиофонд в соответствии со следующими параметрами:

- в формате MPEG-1 Layers I, II, III (MP3), 48 kHz, 16 bit, 64 kbps, stereo



Обязательный экземпляр аудиовизуальной продукции предоставляется в Гостелерадиофонд в виде файла в формате H.264 с параметрами:

- Размер изображения – не более 720 пикселей по горизонтали;
- Допустимое соотношение сторон 4:3, 16:9;
- Скорость видеопотока не менее 400 Kbit/s и не более 450 Kbit/s;
- Должен содержать хотя бы одну дорожку форматов: MPEG-1 Layers I, II, III (MP3), 48 kHz, 128 kbps или MPEG-2/4 (HE)-AAC, 48 kHz, 128 kbps;
- Формат контейнера – avi, mkv, mov, mp4 (предпочтительный).



## Доставка обязательного экземпляра электронных изданий



Для предоставления обязательных экземпляров электронных изданий необходимо направить

**01**



Пять экземпляров электронных изданий (на оптических дисках в пластиковой коробке, без целлофановой обертки, при отправке по почте - посылку необходимо тщательно упаковать, чтобы не допустить потери вида, упаковки и соответствующего технического состояния). В целях сохранности электронных изданий посылки с дисками отправлять весом не более 3 кг

**02**



Ведомость сдачи обязательного федерального экземпляра электронного издания (заполняется на каждое электронное издание)

**03**



Сопроводительное письмо на бланке организации с перечнем наименований пересылаемых обязательных экземпляров электронных изданий.

Выходные данные периодических печатных изданий должны содержать

1. Наименование (название) издания
2. Учредитель (соучредители)
3. Фамилию, инициалы главного редактора
4. Порядковый номер выпуска и дата выхода его в свет
5. Индекс – для изданий, распространяемых через предприятия связи
6. Тираж
7. Цена, либо пометка «Свободная цена», либо пометка «Бесплатно»
8. Адреса редакции, издателя, типографии;
9. Регистрационный номер и регистрирующий орган
10. Знак информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным законом от 29.12.2010 №436-ФЗ

Тираж газеты **170 000 экземпляров**

**Газета выходит с 2003 года.**

**Учредители:**

Комитет по печати и взаимодействию со СМИ Правительства Санкт-Петербурга, ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр»

**Адрес редакции:**

197046, Санкт-Петербург, ул. Чапаева, д. 11/4, лит. А  
Тел. 670-13-05, факс 670-13-06  
E-mail: info@spbdnevnik.ru  
**Главный редактор**  
СМИРНОВ К.И.

**Ответственные за номер:**

ТИЩЕНКО И.В.  
КОЛМАКОВА А.В.

**Издатель и распространитель:**

ОАО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр»  
**Генеральный директор**  
СМИРНОВ К.И.

**Адрес издателя:**

197046, Санкт-Петербург, ул. Чапаева, д. 11/4, лит. А  
Тел. 346-46-92, факс 670-13-02  
**Рекламная служба:**  
318-33-17  
reklama@dnevnik78.ru  
**Служба распространения:**  
670-13-03  
distribution@petrocentr.ru

Газета зарегистрирована Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Санкт-Петербургу и Ленинградской области.

Свидетельство ПИ №78-00 757 выдано 22 декабря 2010 года. Проект реализован при финансовой поддержке Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации

**Типография:**

ООО «Типографский комплекс «Девиз», 195027, Санкт-Петербург, Якорная ул., д. 10, корп. 2, лит. А, помещение 44.

**«Петербургский дневник»**

№204 (2416)  
Дата выхода в свет – 09.11.2020

**Сдача номера:**

по графику – 19:00 08.11.2020  
фактически – 21:00 08.11.2020  
Заказ № ТД-5866

Перепечатка, использование материалов частично или полностью без разрешения редакции запрещены.

Точка зрения обозревателей может не совпадать с мнением редакции и позицией правительства Санкт-Петербурга.

Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые лицензии и сертификаты.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях и материалах.

Распространяется бесплатно [16+]

PDF-версия газеты на сайте **www.spbdnevnik.ru**  
ISSN 1992-8068



# ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

**ВАЖНО: Зарегистрировавший орган должен быть указан в точности как в свидетельстве о регистрации СМИ или выписке из реестра зарегистрированных СМИ**

Федеральная служба  
по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций  
(Роскомнадзор)

**СВИДЕТЕЛЬСТВО**  
О РЕГИСТРАЦИИ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Эл № **ФС77-57389** от 24 марта 2014 г.

Название: *ДорИнфо*

Адрес редакции: 199034, г. Санкт-Петербург, 13 линия В.О., д. 6-8, лит. А, помещение 22Н

Доменное имя сайта  
в информационно-телекоммуникационной  
сети Интернет (для сетевого издания): *DORINFO.RU*

Примерная тематика и (или) специализация: *Информационная (новости, статьи, события, аналитика по дорожной тематике), реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе*

Форма периодического распространения  
(вид - для периодического печатного издания): *сетевое издание*

Язык(и): *русский, английский*

Территория распространения: *Российская Федерация, зарубежные страны*

Учредитель (соучредители) (адрес): *Общество с ограниченной ответственностью "Информационно-аналитическое агентство "ДорИнфо" (199034, г. Санкт-Петербург, 13 линия В.О., д. 6-8, лит. А, помещение 22Н)*

Заместитель руководителя *М.Ю. Ксензов*

Начальник Управления разрешительной работы в сфере массовых коммуникаций *М.В. Виноградов*

051128

Федеральная служба  
по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций  
(Роскомнадзор)

**СВИДЕТЕЛЬСТВО**  
О РЕГИСТРАЦИИ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу

ПИ № **ТУ78-01754** от 28 августа 2015 г.

Название: *Ижорец*

Адрес редакции: 195650, Санкт-Петербург, г. Колпино, ул. Финляндская, д. 11, литер ВМ

Примерная тематика и (или) специализация: *Информационная, выражение интересов, проблем Ижорского завода, а также Колпинского района, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе*

Форма периодического распространения  
(вид - для периодического печатного издания): *Периодическое печатное издание, газета*

Язык(и): *русский*

Территория распространения: *Санкт-Петербург*

Учредитель (соучредители) (адрес): *Публичное акционерное общество "Ижорский завод" (196650, Санкт-Петербург, г. Колпино, Ижорский з-д, д. 6/н)*

Руководитель Управления *Д.В. Сахаров*

065209

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций  
(Роскомнадзор)

Управление Роскомнадзора по Северо-Западному федеральному округу

**Выписка**  
из реестра зарегистрированных средств массовой информации  
по состоянию на 25.02.2019 г.

Регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации:  
серия ПИ № ТУ78-02139 от 25 февраля 2019 г.

Статус средства массовой информации: Действующее

Наименование (название) средства массовой информации: ПИТЕРФРОМ

Язык(и): русский

Адрес редакции: 192012, г. Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, д. 110, к. 1, литер А, кв. 1104

Примерная тематика и (или) специализация: Общественно-информационная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе

Форма периодического распространения (вид - для периодического печатного издания): Периодическое печатное издание, газета

Территория распространения: г. Санкт-Петербург

Учредитель (соучредители): Общество с ограниченной ответственностью "Виктория" (ОГРН 1177847286572)

Руководитель *Д. В. Сахаров*

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП  
Сертификат выдан в соответствии с Федеральным законом от 05.10.2018 № 90-ФЗ  
Создан: 05.10.2018 10:05:10

- наименование СМИ должно соответствовать указанному в реестре зарегистрированных СМИ

- необходимо указывать всех соучредителей СМИ (наименование ЮР.ЛИЦ должно соответствовать ЕГРЮЛ)

- в случае временного отсутствия гл. редактора допускается указание фамилии и инициалов и.о. гл. редактора или врио гл. редактора;

- дата выхода издания в свет должна быть указана в формате: день, месяц и год выпуска продукции.

- недопустимы пометки «общий тираж», «предполагаемый тираж» или иные синонимы. Указывается фактический тираж, который может быть подтвержден типографией.



**Важно!**

## ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ

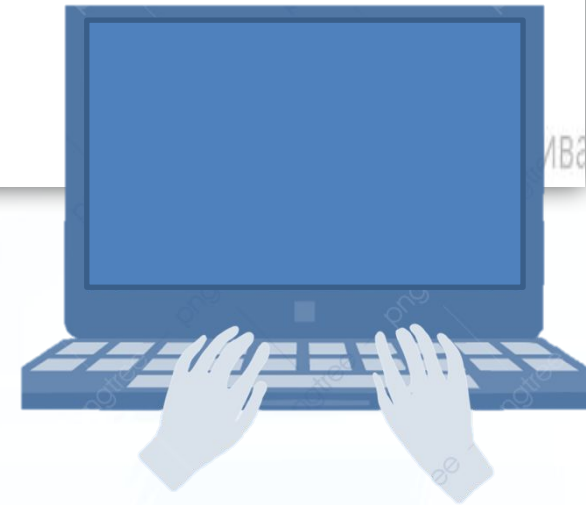
© ZakS.Ru, 2002—2020. Все права защищены. При использовании материалов гиперссылка обязательна. **[18+]**

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл №ФС77-50076, выданное 07.06.2012 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Учредитель: ООО "Медиа.С-Пб".

Главный редактор: Гончарова Н.С.

+7 (812) 331-71-80 zaks.ru@inbox.ru

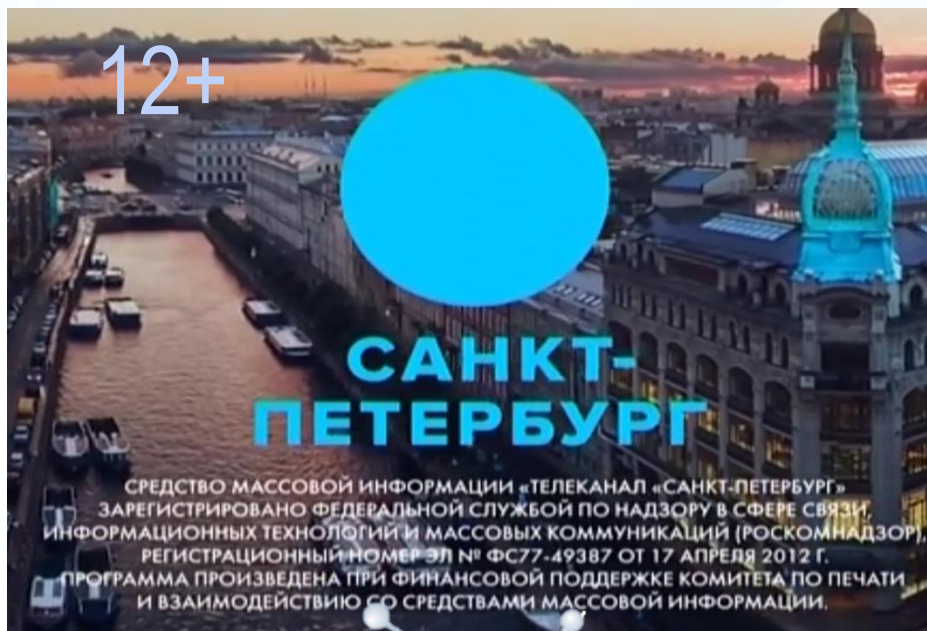


## ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

ТАСС, информационное агентство (св-во о регистрации СМИ №03247 выдано 02 апреля 1999 г. Государственным комитетом Российской Федерации по печати).

Отдельные публикации могут содержать информацию, не предназначенную для пользователей до 16 лет.

Сообщение об ограничении распространения информационной продукции, знак информационной продукции



Наименование телеканала

Регистрационный номер свидетельства о регистрации СМИ / номер записи о регистрации СМИ

Регистрирующий орган

При каждом выходе в эфир

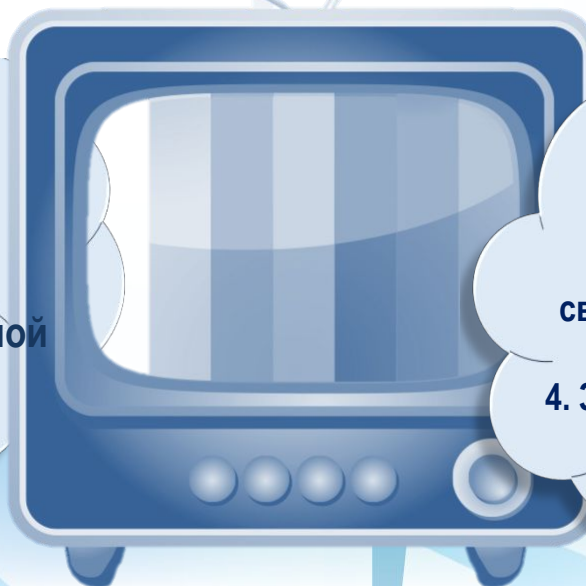
**Сокращенные:**

1. Название СМИ
2. Знак информационной продукции

**Полные:**

1. Название СМИ
2. Регистрирующий орган
3. Регистрационный номер свидетельства/ номер реестровой записи
4. Знак информационной продукции

Не реже 4-х раз в сутки



# ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ РАДИОКАНАЛОВ

Не реже 4-х раз в  
сутки

Наименование радиоканала

Регистрирующий орган

Регистрационный номер  
свидетельства о регистрации  
СМИ / номер записи о  
регистрации СМИ



При каждом  
выходе в эфир

Наименование  
радиоканала

Сообщение об  
ограничении  
распространения среди  
детей (текстовое  
предупреждение)

Сообщение об  
ограничении  
распространения среди  
детей (текстовое  
предупреждение)

## Джинглы

- ✓ сетевого партнера, размещенные в эфире регионального СМИ, не являются выходными данными.
- ✓ не учитываются при анализе соблюдения процентного соотношения направлений вещания.

## Знак информационной продукции в печатных СМИ

Обязанность маркировать информационную продукцию появилась в России в 2012 году. Она закреплена федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

**СУЩЕСТВУЕТ ВСЕГО ПЯТЬ ЗНАКОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ:  
0+; 6+; 12+; 16+ и 18+.**

→ Знак должен быть указан на первой полосе. Он должен соответствовать самой старшей возрастной категории контента, распространяемого в этом конкретном выпуске. При этом анализировать и присваивать актуальную возрастную маркировку нужно каждому номеру газеты или журнала.

→ Знак должен быть по размеру не меньше логотипа или шрифтов, которые используются на первой полосе.

→ Цвет знака должен отличаться от цвета шрифта и подложки.

→ Шрифт знака не должен быть таким же, как основой шрифт первой полосы.





# Знак информационной продукции в печатных СМИ



знак информационной продукции обязательно размещается на **афишах** и иных объявлениях о проведении зрелищного мероприятия **ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ УКАЗАНИЯ ЗИП-а В ВЫХОДНЫХ ДАННЫХ**



Наказание за несоблюдение данного требования при размещении в СМИ информационных материалов предусмотрено ч.2.1 ст.13.21 КоАП РФ.

Действие закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» не распространяется на рекламные материалы, за исключением рекламы зрелищных мероприятий. Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем 5% площади афиши или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино- или видеопозаказе.

# ЗНАК ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ВЕЩАТЕЛЕЙ

**\* При размещении анонсов фильмов необходимо проверять соответствие знака информационной продукции прокатному удостоверению на сайте Министерства культуры Российской Федерации**

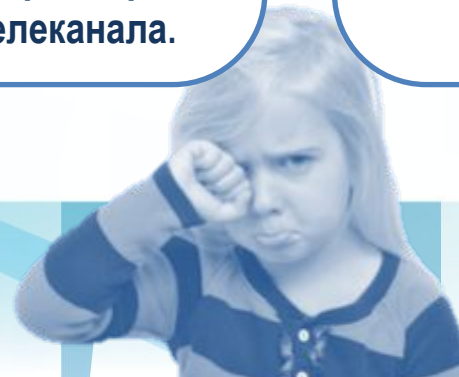
## Не маркируются:

1. Телепрограммы, телепередачи, транслируемые в эфире **без предварительной записи**;
2. Информационная продукция, имеющая значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества.

## Порядок демонстрации:

1. В начале трансляции **каждой** телепрограммы, телепередачи, а также при каждом возобновлении их трансляции (после прерывания рекламой или иной информацией) **НЕ МЕНЕЕ 8 СЕКУНД**
2. **Не менее** размера логотипа телеканала.

3. Знак **не может** накладываться на логотип телеканала (программ), субтитры, надписи разъясняющего характера



Уполномоченным  
лицом, подающим  
уведомление,  
является  
учредитель СМИ.

Учредитель  
обязан  
уведомить  
регистрающи  
й орган  
в течение  
месяца со дня:

Если у СМИ  
несколько  
соучредителей, то  
уведомление  
подписывается  
каждым из них  
(коллективно)

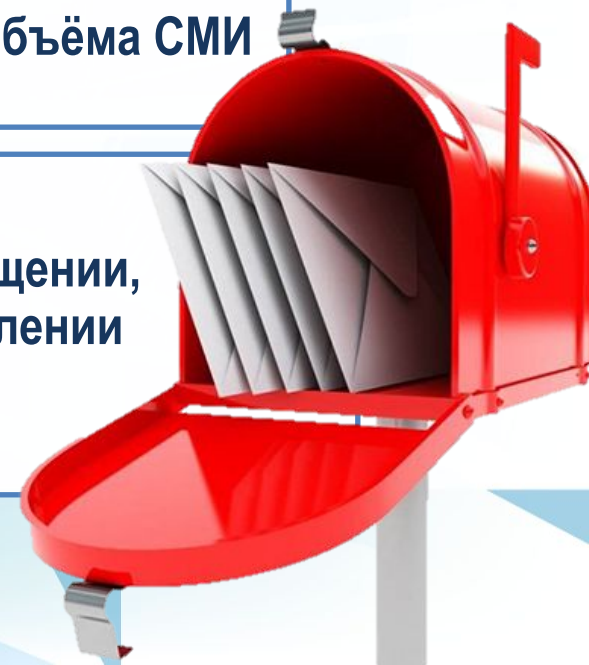
- изменения места нахождения учредителя

- изменения места нахождения редакции

- изменения периодичности выпуска СМИ

- изменения максимального объёма СМИ

- принятия решения о прекращении,  
приостановлении, возобновлении  
деятельности СМИ



Приложение № 5  
к Административному регламенту,  
утвержденному приказом  
Минкомсвязи России  
от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

Форма

|  
**Уведомление**

**об изменении места нахождения учредителя и (или) редакции,  
периодичности выпуска и максимального объема средства массовой  
информации**

Учредитель (соучредители) средства массовой информации

\_\_\_\_\_ (полное наименование учредителя (соучредителей))

\_\_\_\_\_ (форма распространения и наименование средства массовой информации)

Регистрационный номер и дата регистрации СМИ

принял(и) решение об изменении

\_\_\_\_\_ (указываются произошедшие изменения)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (должность)

\_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)

(печать, подпись)

Приказ Роскомнадзора от 17.05.2019 №  
100 «Об утверждении  
Административного регламента  
предоставления Федеральной службой  
по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и  
массовых коммуникаций  
государственной услуги по регистрации  
средств массовой информации»  
<https://78.rkn.gov.ru/p4585/p4586/>

**Устав является обязательным документом для редакции**

**В соответствии со статьёй 20 Закона о СМИ в уставе редакции обязательно должны быть определены:**

**Копию устава необходимо направить в орган, зарегистрировавший СМИ не позднее чем в течение 3 месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) данного средства массовой информации**

- взаимные права и обязанности учредителя, редакции, главного редактора

- полномочия коллектива журналистов – штатных сотрудников редакции

- порядок назначения (избрания) главного редактора, редакционной коллегии

- основания и порядок прекращения и приостановления деятельности СМИ

- передача и/или сохранение права на название, иные юридические последствия смены учредителя, изменения состава соучредителей, прекращения / ликвидация / реорганизация СМИ

- порядок утверждения и изменения устава

**Договор между учредителем и редакцией (главным редактором).**

# Устав редакции: типичные ошибки

Не соблюдается порядок принятия устава



В уставе используются устаревшие формулировки, например, что деятельность редакции может быть прекращена в порядке гражданского судопроизводства по иску регистрирующего органа.

Принят¶	Утвержден¶
На общем собрании коллектива журналистов — штатных сотрудников редакции газеты «...»¶	Приказом учредителя СМИ «...» — директором ООО «...»¶
¶	¶
Протокол №... от «...»я	Приказ №... от «...»¶
	¶
	Подпись/Фамилия/Инициалы¶

*Данные реквизиты могут быть представлены в другом виде*

Устав редакции СМИ принимается на общем собрании коллектива журналистов — штатных сотрудников редакции большинством голосов при наличии не менее двух третей его состава и утверждается учредителем



На сегодняшний день прекращение деятельности осуществляется в порядке административного судопроизводства

# Устав редакции: типичные ошибки

Не указывается порядок назначения главного редактора СМИ



От того, какая в уставе будет закреплена процедура назначения главного редактора, будет зависеть, сможет ли учредитель СМИ единоличным решением поменять главного редактора и нужно ли будет для этого согласие журналистского коллектива

В уставе редакции указано, что учредитель исполняет одновременно обязанности главного редактора, редакции. При этом устав редакции принимается на общем собрании коллектива журналистов



В данном случае целесообразно принимать устав (договор не может быть составлен между одним и тем же лицом). В уставе необходимо указать, что лицо, совмещающее одновременно несколько должностей, при подготовке выпуска исполняет обязанности журналиста. Также, если в тексте устава будет указано, что главный редактор является единственным участником редакции, то это будет правовым основанием для утверждения устава, поскольку главный редактор является представителем журналистского коллектива.

В уставе редакции не определены полномочия коллектива журналистов – штатных сотрудников редакции



Журналистский коллектив редакции состоит из работников, занимающихся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции СМИ и связанных с нею трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающихся такой деятельностью по её уполномочию.

Не указан статус редакции, НО, в уставе указано, что редакция не является юридическим лицом, самостоятельным хозяйствующим субъектом

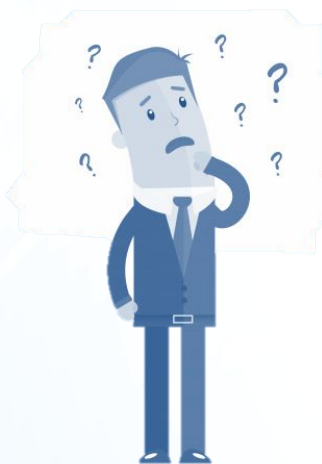


В соответствии со статьей 18 Закона РФ «О СМИ» «Редакция может быть юридическим лицом, самостоятельным хозяйствующим субъектом, организованным в любой допускаемой законом форме». Таким образом, в случае, когда редакция не является юридическим лицом редакцией могут быть объединения граждан, физические лица, которые на основании договорных отношений формируют продукцию СМИ



# Устав редакции: типичные ошибки

В уставе редакции указано, что редакция является структурным подразделением учредителя. При этом учредителем это физическое лицо



Структурное подразделение - это часть организации, которая выполняет определенные производственные или функциональные задачи в рамках устава. Поэтому редакция не может быть частью физического лица

В договоре между редакцией и учредителем предусмотрены реорганизация и ликвидация учредителя, при этом учредителем является физическое лицо



Физическое лицо не может быть реорганизовано и ликвидировано. Когда договор носит бессрочный характер, стороны могут обусловить прекращения их прав и обязанностей наступлением смерти на основании п. 3 ст. 425 ГК РФ

В соответствии со статьей 44 ГК РФ в случаях выбытия одной из сторон в спорном или установленном решением суда правоотношении (смерть гражданина, реорганизация юридического лица, уступка требования, перевод долга и другие случаи перемены лиц в обязательствах) суд допускает замену этой стороны ее правопреемником

# Устав редакции: типичные ошибки

В уставе редакции указано, что при ликвидации учредителя права и обязанности передаются редакции, при этом в уставе указано, что учредитель является редакцией СМИ и/или редакция является структурным подразделением учредителя.



В соответствии с п. 1 ст. 61 ГК РФ ликвидация юридического лица влечет за собой его прекращение без перехода прав и обязанностей в порядке универсального правопреемства к другим лицам.

Таким образом, в случае ликвидации учредителя права и обязанности учредителя – юридического лица не могут передаваться иным лицам.

В уставе отсутствует пункт о правовых последствиях ликвидации или реорганизации редакции, изменения ее организационно-правовой формы



Если редакция не является юридическим лицом, функционал редакции и учредителя совмещен, то можно прописать: «В связи с совмещением функционала редакции СМИ, учредителя и издателя реорганизация (ликвидация) Редакции проводится по правилам реорганизации (ликвидации) учредителя».

**ЛИБО**

Если учредитель СМИ - физическое лицо, а редакция не является юридическим лицом. «Регистрация Редакции СМИ в качестве юридического лица не предусмотрена».

В уставе редакции СМИ указано, что «право на название СМИ принадлежит Учредителю. Логотип СМИ может быть зарегистрирован Учредителем в качестве товарного знака в соответствии с законодательством Российской Федерации», что не соответствует требованиям ст. 20.



В соответствии с п. 5 ст. 20 в уставе должен быть указан пункт о передаче и (или) сохранении права на наименование (название). Только упоминание о принадлежности права на наименование конкретному лицу не является соблюдением требований данной статьи

В уставе редакции СМИ указано, что учредитель имеет право «бесплатно и в указанный им срок помещать сообщения и материалы от своего имени (заявление учредителя). Максимальный объем заявления учредителя не определен



В соответствии со ст. 18 «максимальный объем заявления учредителя определяется в уставе редакции, ее договоре либо ином соглашении с учредителем». Подобная формулировка противоречит требованиям Закона «О СМИ»

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**