



Русская Медиагруппа  
Департамент регионального развития  
Служба мониторинга эфира  
Москва 2018 г.

**РЕГЛАМЕНТ О ПОРЯДКЕ ПРОВЕДЕНИЯ  
РЕГИОНАЛЬНЫХ ВКЛЮЧЕНИЙ  
от 27.08.2018 г.**

# СТОЛ ЗАКАЗОВ



## ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

Стол Заказов - программа приветов и поздравлений.

Слушатели присылают свои сообщения посредством СМС, групп и сообществ в соц. сетях, мессенджеров или телефонных звонков. Данные сообщения передаются в эфир ведущим программы.

Музыкальное наполнение программы собирается **строго** по плей-листу.



## ГРАФИК ВЫХОДА ПРОГРАММЫ

### Стол заказов (ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЭФИР)

Понедельник - четверг: 02:00-03:00, 14:00-15:00, 18:00-19:00 (время московское)

Пятница: 02:00-03:00, 14:00-15:00 (время московское)

Суббота: 02:00-03:00, 11:00-12:00, 14:00-15:00, 21:00-23:00 (время московское)

Воскресенье: 02:00-03:00, 14:00-15:00, 21:00-23:00 (время московское)

	0:00	1:00	2:00	3:00	4:00	5:00	6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
ПН.-ЧТ.			X												X				X					
ПТ.			X												X									
СБ.			X									X			X							X	X	
ВС.			X												X							X	X	

### Стол заказов (РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЭФИР) Согласно Приложению №2 К ЛИЦЕНЗИОННОМУ ДОГОВОРУ

Понедельник - пятница: 02:00-03:00, 14:00-15:00 (время московское)

Суббота - воскресенье и праздничные дни: 02:00-03:00, 14:00-15:00, 19:00-20:00 (время московское)

	0:00	1:00	2:00	3:00	4:00	5:00	6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
Пн.-Пт.			X												X									
Сб.-Вс.			X												X					X				



## ХРОНОМЕТРАЖ

Хронометраж программы составляет

**57 мин:** с 14:03 или 19:03, после выпуска новостей, до 00-й минуты следующего часа

**60 мин:** с 02:00 до 03:00 (без выпуска новостей)

(время московское)





## ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Элементы, используемые в оформлении программы, находятся на FTP-сервере:

[\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\СТОЛ ЗАКАЗОВ](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Оформление_эфира/СТОЛ_ЗАКАЗОВ)

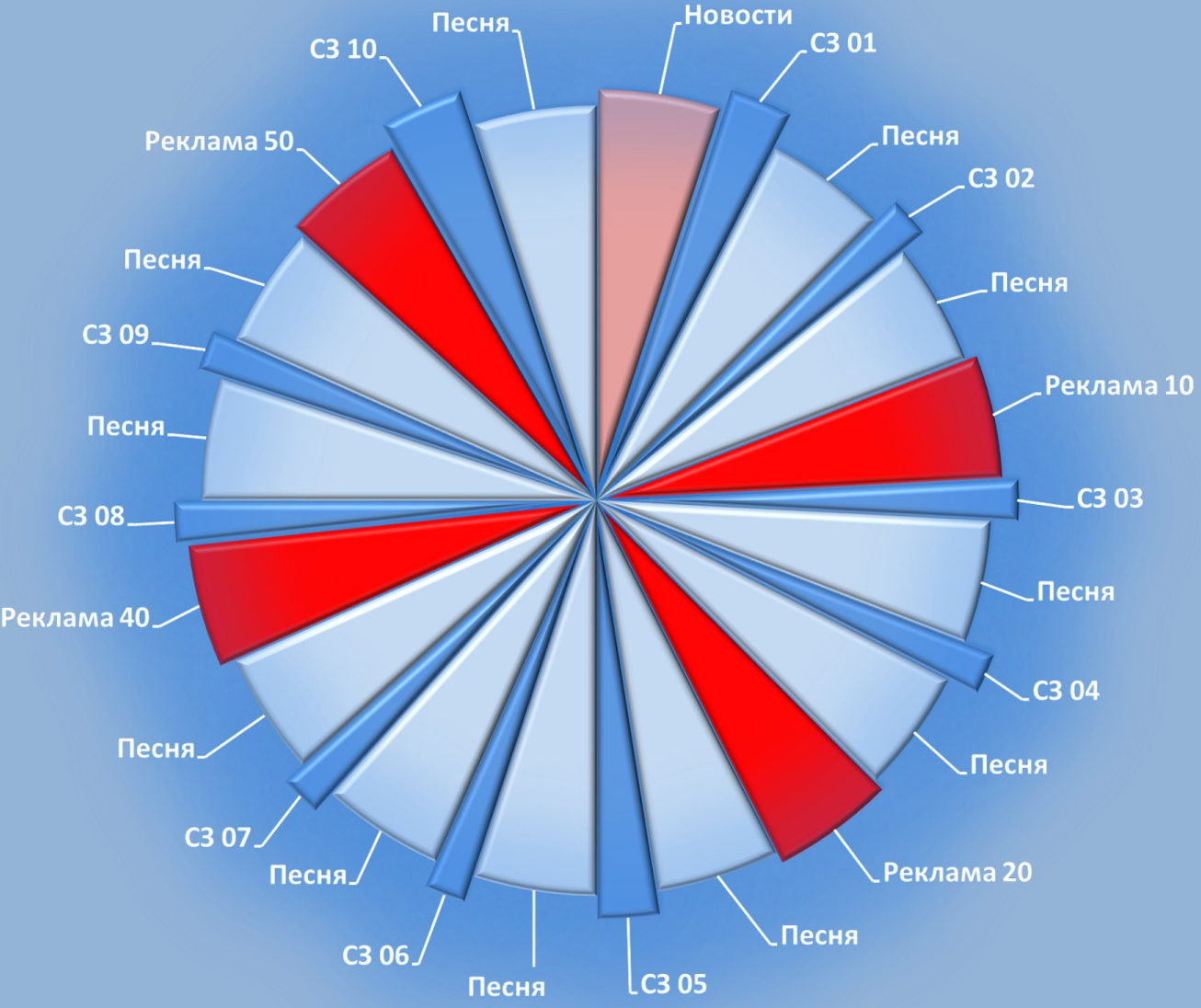
- **\_СТОЛ ЗАКАЗОВ NEW ОТКР1\_ПОДЛ.mp3** (открывающий джингл + подложка):  
используется стандартно
- **\_СТОЛ ЗАКАЗОВ NEW ОТКР2\_ПОДЛ.mp3** (открывающий джингл + подложка):  
используется стандартно
- **\_СТОЛ ЗАКАЗОВ NEW ПОДЛ\_.mp3** (подложка без открывающего джингла):  
используется тогда, когда ведущий объявляет очередной выход в рамках программы самостоятельно

**Вышеуказанные элементы оформления необходимо равномерно чередовать.**

- **С ДНЁМ РОЖДЕНИЯ Закр.mp3** (закрывающий джингл): используется в конце выхода ведущего, после поздравления слушателя с днём рождения.

**Не рекомендуется** использование данного элемента **более 2-х раз** за программу.

# СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ (КЛОК)



**СЗ 01 ... СЗ 10:** выходы ведущего (передача приветов и поздравлений от слушателей), **КРОМЕ:**

**СЗ 01:** приветствие ведущего, объявление начала программы, номера для СМС, телефона эфира, групп и сообществ в соц. сетях, мессенджеров и т.п., откуда принимаются сообщения.

**СЗ 05, СЗ 10:** интерактивные выходы с выводом слушателя в прямой эфир (телефонный звонок). В отсутствие технической возможности организации такого интерактива заменяются обычными выходами.

**СЗ 10:** завершение программы

**ВАЖНО:** данная схема отражает максимальное количество выходов ведущего. Это количество может быть меньшим, но не менее семи выходов.



## СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ В ОТСУТСТВИЕ ВЫПУСКА НОВОСТЕЙ

В отсутствие выпуска новостей (02:00, время московское) программа начинается сразу после перехода на региональное вещание. Программу открывает один из элементов оформления **\_СТОЛ ЗАКАЗОВ NEW ОТКР1\_ПОДЛ.mp3** или **\_СТОЛ ЗАКАЗОВ NEW ОТКР2\_ПОДЛ.mp3**, на подложке которых ведущий совершает первый выход программы (**СЗ 01**).

В этом случае, при наличии свободного времени, в программу можно добавить дополнительный выход ведущего. При этом программа не может заканчиваться выходом ведущего: в конце часа **обязательно** должна прозвучать песня.





## ИГРЫ И РОЗЫГРЫШИ

Интеграция в программу игр и розыгрышей производится в соответствии с внутренним механизмом этих активностей.

Самое простое решение: объявление условий в начале программы (СЗ 01) и подведение итогов в конце программы (СЗ 10).

При использовании более сложных (многоэтапных) механизмов, встраивайте их в блок, пожалуйста, самостоятельно.

## ПРАВИЛА РАБОТЫ ВЕДУЩЕГО

Хронометраж одного выхода ведущего не должен превышать **60 сек.**  
**ИСКЛЮЧЕНИЕ:** выходы **СЗ 01**, **СЗ 05**, **СЗ 10**, хронометраж каждого из которых не должен превышать **90 сек.**

В течение программы ведущий представляется дважды: в начале программы (**СЗ 01**) и в последнем выходе (**СЗ 10**).

Ведущий должен идентифицировать программу в каждом своем выходе: либо самостоятельно, либо с помощью эфирного оформления. Если в открывающем джингле прозвучало название программы - ведущий не должен его повторять.

Ведущий должен стимулировать слушателей к отправке сообщений путем объявления способов доставки этих сообщений: номера для СМС, номера телефона, групп и сообществ в соц. сетях, мессенджеров и т.п. Делать это нужно в каждом выходе, но не нужно всякий раз оглашать весь список контактов: достаточно в одном выходе назвать номер для СМС, в следующем - номер телефона и т.д. **ИСКЛЮЧЕНИЕ:** первый выход (**СЗ 01**), в котором слушателям предлагаются все возможные способы доставки сообщений.



## ПРАВИЛА РАБОТЫ ВЕДУЩЕГО

Микширование музыкального материала и оформления эфира осуществляется с максимальной аккуратностью. Если песню необходимо “подрезать”, то нужно делать со всей возможной бережностью и в соответствии с музыкальной логикой произведения.

Тишины в эфире быть не может, потому что этого не может быть никогда.

Ведущий выходит в эфир только и исключительно в тех местах, которые обозначены в клоке, и ни в коем случае - не посреди песни.

Ведущий должен обладать приятным тембром голоса и профессионально развитым речевым аппаратом.

Ведущий должен улыбаться - это слышно.

Если ведущий шутит, то его шутка должна быть понятна максимально возможному количеству слушателей, а не только ему самому.



## ПРАВИЛА РАБОТЫ ВЕДУЩЕГО

Если в эфире произошел сбой, ведущий не должен возвращаться к этому неприятному моменту, дабы не заострять на нем внимание: большинство слушателей, скорее всего, ничего не заметило.

Ведущий не должен возвращаться к событиям, которые уже произошли в эфире. Задача ведущего - анонсирование событий будущего и, тем самым, удержание слушателей на частоте своей станции.

Ведущий не должен критиковать музыку, звучащую в программе. На Русском Радио звучит только самая лучшая музыка, и это не обсуждается.

Ведущий не должен критиковать музыкальные (и любые другие) вкусы слушателей. Уважайте свою аудиторию в целом и каждого слушателя в частности.

Ведущий не должен подпевать песням. Каждый должен делать свое дело: певцы - петь, ведущий - вести.

## ПРАВИЛА РАБОТЫ ВЕДУЩЕГО

Ведущий не должен касаться тем религии, политики, экономики. В эфире программы приветов и поздравлений нельзя говорить о войнах, катастрофах и других печальных событиях.

Ведущий не должен говорить о своих проблемах. Слушателям вполне хватает собственных трудностей.

Характер общения со слушателем должен быть корректным и уважительным: общайтесь на равных, но без заигрывания и панибратства. Поучительные и воспитательные интонации не допускаются.

Ведущий не должен использовать диминутивы: *шарфик, домик, ключик* и пр. Со взрослыми людьми общаемся по-взрослому.

Сообщения, содержащие клички и прозвища - *Кабан, Серый, Зайка* и прочие *Котики* - в эфир не передаются.





## ПРАВИЛА РАБОТЫ ВЕДУЩЕГО

Ведущий должен обращаться к слушателю так, как он (слушатель) представился. Обращение в уменьшительно-пренебрежительной форме - *Колька, Ванька, Машка* - запрещено.

Старайтесь не использовать словесные штампы, избегайте употребления слов-паразитов: *композиция; доброго времени суток; в студии; у микрофона; за пультом; ну что ж; друзья* и т.д.

Стихи-поздравления в эфире Русского Радио не звучат ни в какой форме. Если вы собираетесь вывести слушателя в прямой эфир - предупредите его об этом заранее, за эфиром.

При безусловном соответствии всем прочим профессиональным требованиям, главное качество хорошего ведущего - его искренность. Помните, что вернуть доверие обманутой аудитории практически невозможно.



**НОВОСТИ НА РУССКОМ**





## ХРОНОМЕТРАЖ

Хронометраж выпуска новостей составляет **03 мин 00 сек** от открывающей метки **DTMF 5757** до закрывающей метки **DTMF 3539**.



## ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ

Элементы, используемые в оформлении программы, находятся на FTP-сервере:

[\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\НОВОСТИ на РУССКОМ](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Оформление_эфира/НОВОСТИ_на_РУССКОМ)

- **НОВОСТИ отк подл.wav** (открывающий джингл + подложка)
- **NEWS\_END.wav** (закрывающий джингл)

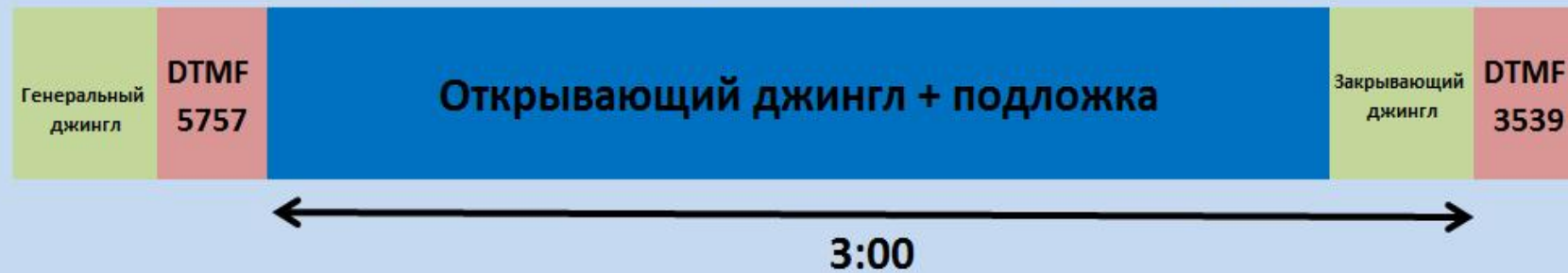
Те региональные вещатели, которые выходят на новости после регионального включения (Стол Заказов и т.п.), во избежание излишнего перехода на федеральный сигнал и обратно, могут использовать элементы, включающие в себя генеральный джингл, открывающий джингл и подложку:

- **БОЛЕЕ 100 миллионов+NEWS\_7357.wav** (генеральный джингл + открывающий джингл + подложка)
- **БОЛЕЕ 3000 городов\_2017+ NEWS.wav** (генеральный джингл + открывающий джингл + подложка)

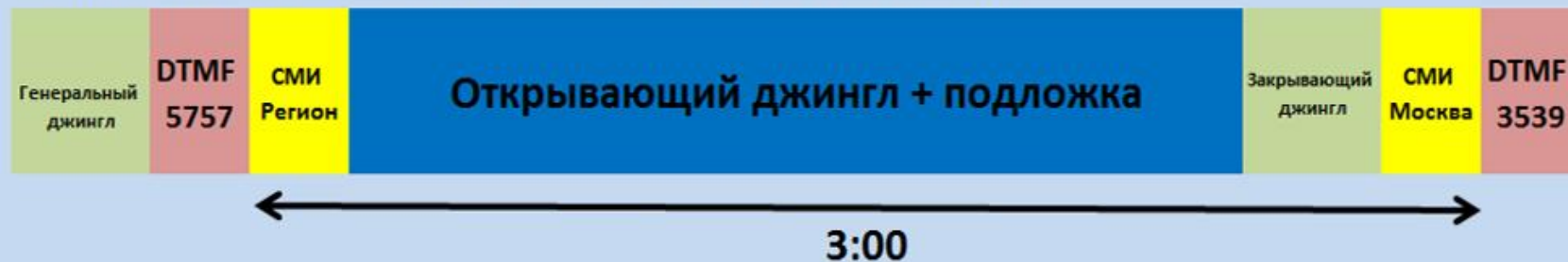


# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ (схема)

## СХЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ВЫПУСКА (СМИ Радиоканал "Русское Радио")



## СХЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ВЫПУСКА (Региональное СМИ)



# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПРОГРАММЫ СО СПОНСОРСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ (схема)

СХЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ВЫПУСКА СО СПОНСОРОМ (СМИ Радиоканал "Русское Радио")

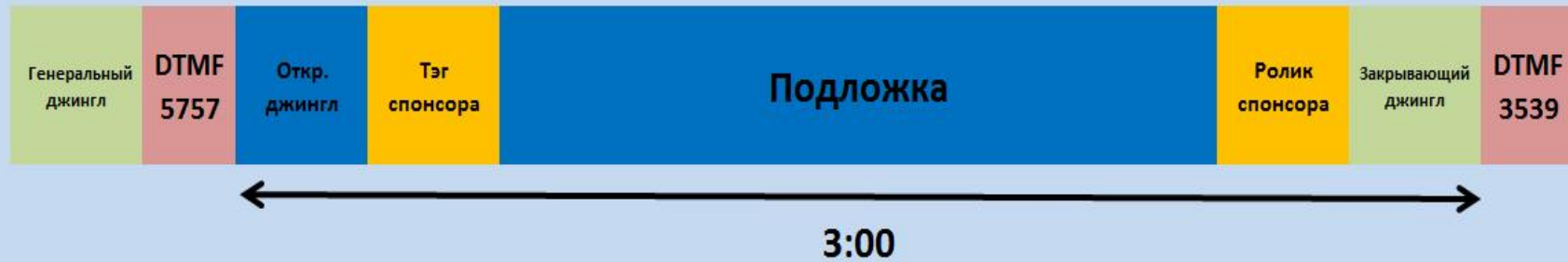
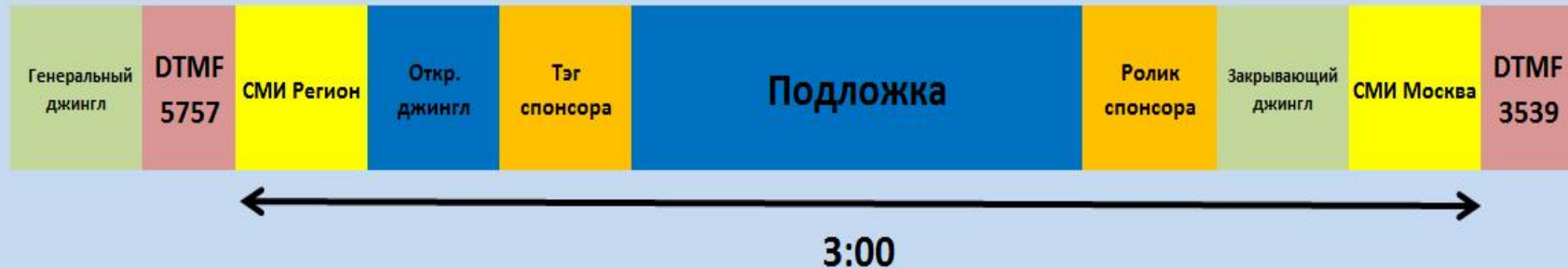


СХЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ВЫПУСКА СО СПОНСОРОМ (Региональное СМИ)





## СОКРАЩЕННЫЕ ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ РЕГИОНАЛЬНОГО СМИ

Для трансляции в эфир сокращенных выходных данных регионального СМИ необходимо использовать элемент эфира, изготовленный на основе файла [\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\PP ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ 12+ короткий МИНУС.wav](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Оформление_эфира/PP_ВЫХОДНЫЕ_ДАННЫЕ_12+_короткий_МИНУС.wav). Сокращенные выходные данные регионального СМИ должны прозвучать сразу после метки **DTMF 5757**, перед началом информационного выпуска (**НОВОСТИ отк подл.wav**).

По окончании выпуска новостей, после элемента **NEWS\_END.wav**, но перед переходом на федеральный эфир по метке **DTMF 3539**, в эфир должен выйти элемент **PP ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ короткий 12+.mp3**. **ИСКЛЮЧЕНИЕ**: если после выпуска региональных новостей региональное включение продолжается, то транслировать этот элемент **НЕ НУЖНО!**

Общий хронометраж выпуска новостей от метки **DTMF 5757** до метки **DTMF 3539** остается неизменным и составляет **03 мин 00 сек**.

Партнерам, обладающим соответствующими ресурсами, настоятельно рекомендуем смонтировать вышеперечисленные элементы (региональные выходные данные + **НОВОСТИ отк подл.wav** + **NEWS\_END.wav** + **PP ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ короткий 12+.mp3**) в единый файл указанной продолжительности, что гарантирует своевременное и четкое возвращение на федеральный эфир.



## МЕХАНИКА ВЫПУСКА НОВОСТЕЙ

Генеральный джингл - федеральный эфир

Открывающая метка **DTMF 5757** - федеральный эфир.

Сокращенные выходные данные региональные\* - региональный эфир.

Открывающий джингл “Новости на Русском” + подложка (**НОВОСТИ отк подл**) - региональный эфир.

Закрывающий джингл “Новости на Русском” (**NEWS\_END**) - региональный эфир.

Сокращенные выходные данные федеральные\* (**PP ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ короткий 12+**) - региональный эфир.

Закрывающая метка **DTMF 3539** - федеральный эфир.

Подробное описание меток DTMF доступно по ссылке:

[\\ftp.rr.ru\rusradio\Технические вопросы.](ftp://rusradio.ru/Технические_вопросы)

Элементы оформления доступны по ссылке:

[\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\НОВОСТИ на РУССКОМ.](ftp://rusradio.ru/Оформление_эфира\НОВОСТИ_на_РУССКОМ)

\*Сокращенные выходные данные должны транслировать только те регионы, которые имеют собственное СМИ.



## СТРУКТУРА ВЫПУСКА НОВОСТЕЙ

Каждый выпуск новостей начинается с приветствия и представления журналиста.

Основным наполнением регионального выпуска новостей должны быть именно региональные новости. Новости общемирового (общероссийского) масштаба озвучиваются только тогда, когда они освещают действительно важные события, непосредственно касающиеся каждого жителя Земли (России), и в этом случае выходят в эфир первыми, сразу после приветствия журналиста.

Информационное наполнение делится в пропорции **40/60**:

- 40 процентов - общественно-политические события дня в регионе.
- 60 процентов - новости без политики и криминала: культура, образование, наука, технологии, спорт и т.д.

Выпуск новостей должен состоять из **4-5** информационных сюжетов.

Последний сюжет - **инфотеймент**: информация развлекательного характера, апеллирующая к положительным эмоциям слушателя.





## СТРУКТУРА ВЫПУСКА НОВОСТЕЙ

Завершает выпуск информация о погоде на этот час (НЕ прогноз).

Заключительная фраза журналиста не должна звучать так, как будто радиостанция на этом заканчивает свою работу.

Примеры заключительных фраз: *“О развитии событий мы расскажем в следующих выпусках новостей на Русском”*; *“Это вся информация на этот час, далее - Стол Заказов на Русском Радио”*; *“Всем хорошего дня и отличного настроения, встретимся ровно через час в эфире Русского Радио”*.



## ОСОБЕННОСТИ ВЫПУСКА НОВОСТЕЙ ПРИ ОБЪЯВЛЕНИИ ТРАУРА

В качестве приветствия журналиста не должны звучать словосочетания “доброе утро”, “добрый день”, “добрый вечер”. Только “здравствуйте”.

Первый сюжет выпуска новостей - о событии, ставшем причиной объявления траура.

Новости развлекательного характера (инфотейменты) полностью исключаются.

Спонсорская информация полностью исключается.



## ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА НА РУССКОМ РАДИО

Все новостные сюжеты должны соответствовать запросам и интересам целевой аудитории Русского Радио.

Журналист не высказывает свою точку зрения, не дает оценку событиям, не занимается аналитикой: только факты, официальные комментарии, мнения первых лиц, свидетельства непосредственных участников события, взятые из новостных лент. Ссылка на источник является обязательной.

**ИСКЛЮЧЕНИЕ:** события государственного масштаба, распространяемые по всем информационным каналам.

Следует избегать информационных сюжетов, связанных с религиозной тематикой и/или с межнациональными отношениями. В случае вынужденной необходимости выход такого сюжета в эфир возможен только по согласованию с главным редактором / программным директором.

Информацию о несанкционированных митингах, гей-парадах и других мероприятиях подобного рода допустимо давать исключительно в связке с официальным комментарием / предупреждением местных властей.



## ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТА НА РУССКОМ РАДИО

Собственные расследования и трансляция мнений третьих лиц, как имеющих, так и не имеющих отношения к событию, запрещены.

Трансляция синхронов, интервью и иных записей с мест событий запрещена.

Повторение выпуска новостей без изменения сюжетов недопустимо как в записи, так и в прямом эфире. Обращаться к одному и тому же сюжету в течение дня можно только тогда, когда информация о событии дается в развитии.

«Джинса» (заказные сюжеты, скрытая реклама, пиар каких-либо организаций или отдельных лиц) в эфире Русского Радио недопустимы.

Необходимо по возможности избегать “кровавых” новостей, особенно в утреннем сегменте эфира. Смакование жестоких подробностей, детальное описание жертв, “визуализация” насилия полностью запрещены.

## РЕДАКТУРА НОВОСТЕЙ

Форма подачи информации в выпуске новостей должна быть максимально облегченной для восприятия аудиторией: короткие предложения, ясное изложение, грамотная речь.

Несущественные детали и подробности необходимо опускать. Только факты.

Избегайте сложносочиненных предложений. Используйте прямой порядок слов.

Опускайте лишние слова, избегайте прилагательных и наречий, кроме необходимых для передачи смысла.

Не используйте аббревиатуры и сокращения, за исключением общеизвестных: ООН, МИД, МВД и т.д.

Старайтесь заменять цифры словами “в 2018 году = в будущем году” или округляйте числа: “19 121 527 = свыше 19 миллионов”.

Если нет уверенности в ударении - сверяйтесь со словарем.

Особое внимание уделяйте правильности произношения имен и фамилий.

В именовании персонажей придерживайтесь следующего порядка: должность (звание, титул) перед именем, а имя перед фамилией.

Избегайте бюрократической казенной лексики. Официальную информацию подавайте спокойным, ровным тоном. Новости развлекательного характера (инфотейменты) могут сопровождаться легкой улыбкой.



## ИНТЕГРАЦИЯ СПОНСОРСТВА

Рекомендуемая стандартная форма интеграции информации о спонсоре:

- спонсорский тэг в начале выпуска (зачитывается ведущим, **5 сек**);
- спонсорский ролик в конце выпуска (запись, **15 сек**).

Продолжительность этих элементов может изменяться, но их общая длительность не может превышать 30 сек (Федеральный закон “О рекламе”).

Общий хронометраж выпуска новостей остается неизменным: **03 мин 00 сек**.



# ПРОГНОЗ ПОГОДЫ



## ПРОГНОЗ ПОГОДЫ

Прогноз погоды в регионе может выходить в эфир во время регионального включения на 20-й или 50-й минутах часа. В этом случае прогноз погоды выходит в эфир сразу после перехода на региональное вещание по метке **DTMF 3957** (СМИ Радиоканал “Русское Радио”) или после сокращенных выходных данных (региональное СМИ).

Для оформления прогноза погоды используется файл [\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\ПРОБКИ ПОГОДА\pogoda.wav](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Оформление_эфира/ПРОБКИ_ПОГОДА/pogoda.wav).

Рекомендуемый хронометраж: **30 сек**. При наличии спонсора ведущий зачитывает спонсорский тэг продолжительностью **до 5 сек** в начале выпуска. Спонсорский ролик продолжительностью **до 15 сек** монтируется к концу рубрики. Общий хронометраж выпуска рубрики с интеграцией спонсорства может изменяться, но не должен превышать **60 сек**, при этом спонсорская информация - не более **30 сек**.

Ссылка на источник информации обязательна.

Количество и периодичность выпусков прогноза погоды в вашем эфире определяйте, пожалуйста, самостоятельно.

## ПРОГНОЗ ПОГОДЫ

До обеда в эфир выходит информация о погоде на сегодня. После обеда - на завтра. Границу между “сегодня” и “завтра” устанавливайте, пожалуйста, самостоятельно, поскольку это зависит от ритма жизни вашего города.

Не перегружайте выпуск информацией, выраженной в цифрах: давление в гектопаскалях или фазы Луны мало кого интересуют.

Используйте “живые” слова и образы: яркое солнце, сильный ветер, морозящий дождь.

Не стоит слепо доверять информации, взятой из Интернета. Перед выпуском прогноза погоды посмотрите в окно.

Если выпуски ПРОБКИ и ПОГОДА выходят в эфир в одном блоке, то они выходят именно в этом порядке: сначала ПРОБКИ, потом ПОГОДА.

# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РУБРИКИ (схема)

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ПРОГНОЗОМ ПОГОДЫ (СМИ Радиоканал "Русское Радио")



СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ПРОГНОЗОМ ПОГОДЫ (Региональное СМИ)

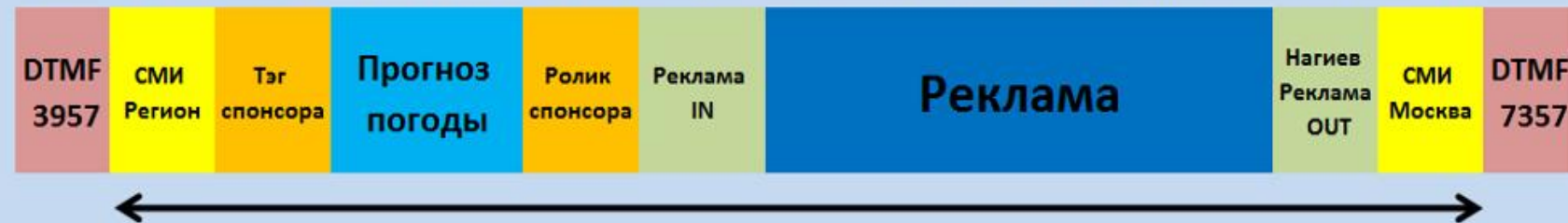


# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РУБРИКИ (схема)

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ПРОГНОЗОМ ПОГОДЫ СО СПОНСОРОМ (СМИ Радиоканал "Русское Радио")



СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ПРОГНОЗОМ ПОГОДЫ СО СПОНСОРОМ (Региональное СМИ)





# ИНФОРМАЦИЯ О ПРОБКАХ





## ИНФОРМАЦИЯ О ПРОБКАХ

Информация о пробках в регионе может выходить в эфир во время региональных включений на 20-й или 50-й минутах часа. В этом случае информация о пробках выходит в эфир сразу после перехода на региональное вещание по метке **DTMF 3957** (СМИ Радиоканал “Русское Радио”) или после сокращенных выходных данных (региональное СМИ).

Для оформления информации о пробках используется файл [\\ftp.rr.ru\rusradio\Оформление эфира\ПРОБКИ ПОГОДА\probki.wav](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Оформление_эфира/ПРОБКИ_ПОГОДА/probki.wav).

Рекомендуемый хронометраж: **30 сек**. При наличии спонсора ведущий зачитывает спонсорский тэг продолжительностью **до 5 сек** в начале выпуска. Спонсорский ролик продолжительностью **до 15 сек** монтируется к концу рубрики. Общий хронометраж выпуска информации о пробках с интеграцией спонсорства может изменяться, но не должен превышать **60 сек**, при этом спонсорская информация - не более **30 сек**.

Ссылка на источник информации обязательна.

Количество и периодичность выпусков информации о пробках в вашем эфире определяйте, пожалуйста, самостоятельно.

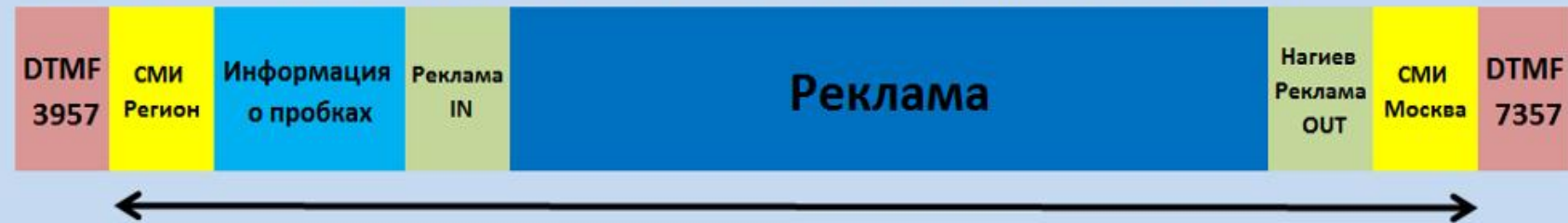
Если выпуски ПРОБКИ и ПОГОДА выходят в эфир в одном блоке, то они выходят именно в этом порядке: сначала ПРОБКИ, потом ПОГОДА.

# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РУБРИКИ (схема)

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ИНФОРМАЦИЕЙ О ПРОБКАХ (СМИ Радиоканал "Русское Радио")



СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ИНФОРМАЦИЕЙ О ПРОБКАХ (Региональное СМИ)



# ЭФИРНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РУБРИКИ (схема)

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ИНФОРМАЦИЕЙ О ПРОБКАХ СО СПОНСОРОМ (СМИ Радиоканал "Русское Радио")



СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ С ИНФОРМАЦИЕЙ О ПРОБКАХ СО СПОНСОРОМ (Региональное СМИ)



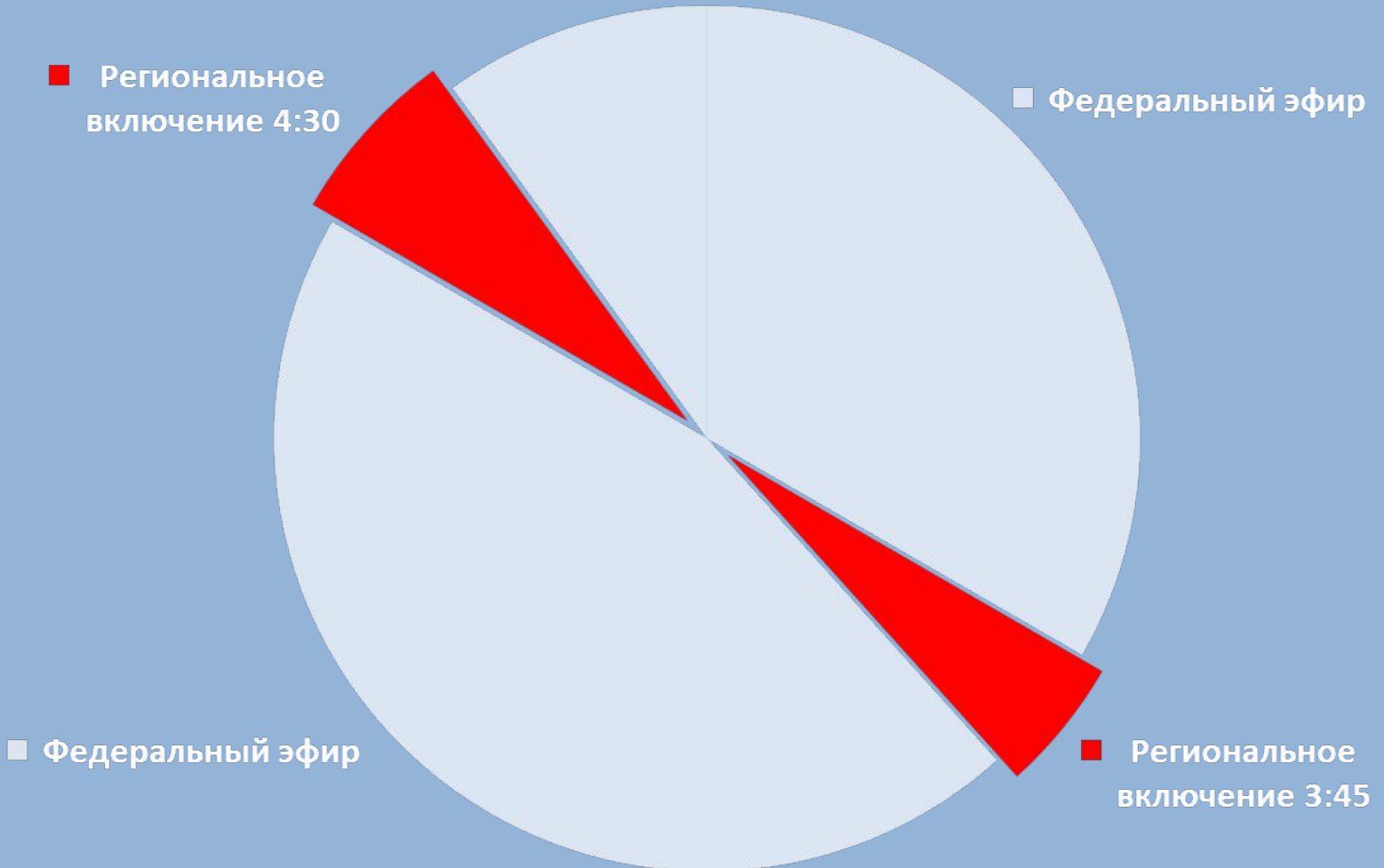
**ПРИВЕДЕНИЕ  
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ  
РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ  
К УСТАНОВЛЕННОМУ  
ХРОНОМЕТРАЖУ  
(ДЕКРОШАЖ)**

# ХРОНОМЕТРАЖ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВКЛЮЧЕНИЙ

Хронометраж регионального включения измеряется от открывающей метки DTMF до закрывающей метки DTMF.

Хронометраж регионального включения на 20-й минуте часа составляет 3 мин 45 сек.

Хронометраж регионального включения на 50-й минуте часа составляет 4 мин 30 сек.





# СТРУКТУРА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 20 мин

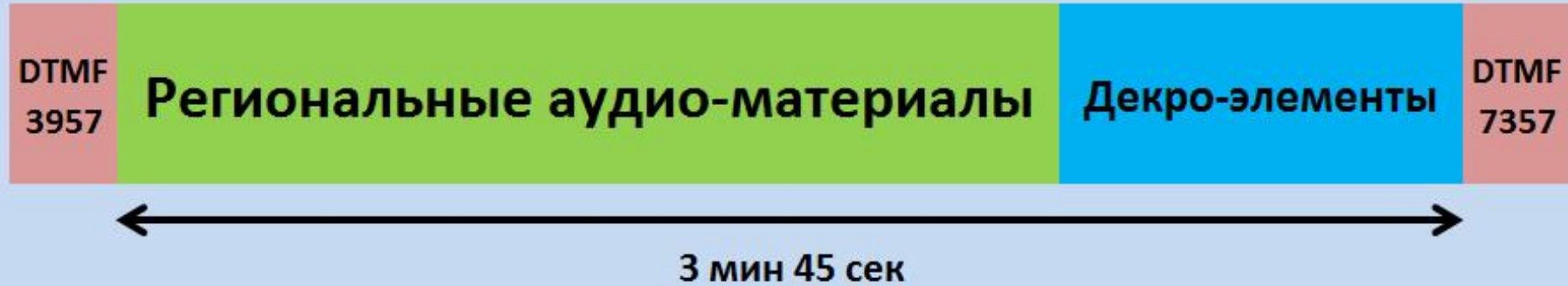
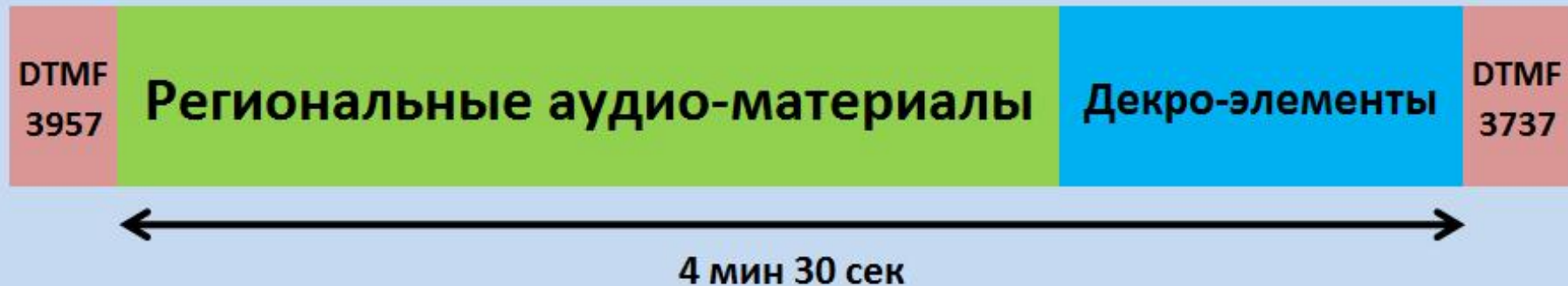


СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 50 мин



Элементы эфира, необходимые для точного и аккуратного выравнивания продолжительности регионального включения до установленного хронометража, находятся в папке

[\\ftp.rr.ru\rusradio\Decro](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Decro)



## ДЕКРО-ЭЛЕМЕНТЫ

Имеется 3 основных вида декро-элементов, находящихся в соответствующих под-папках:

1. **DecroJingles**: набор джинглов длительностью от 01 до 12 сек.
2. **DecroMixes**: набор бит-миксов длительностью от 21 до 87 сек.
3. **DecroSongs**: набор коротких песен ран-таймом до 4 мин.

Существует несколько вариантов формирования регионального включения установленного хронометража, в зависимости от степени заполняемости регионального включения коммерческой рекламой и другими региональными аудио-материалами.

# 1. МАКСИМАЛЬНАЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ (свободного места нет)

Если совокупная продолжительность региональных аудио-материалов составляет ровно 3 мин 45 сек (в блоке на 20-й минуте) или 4 мин 30 сек (в блоке на 50-й минуте), то больше ничего делать не нужно: вы вернетесь на федеральный сигнал в правильное время.

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 20 мин

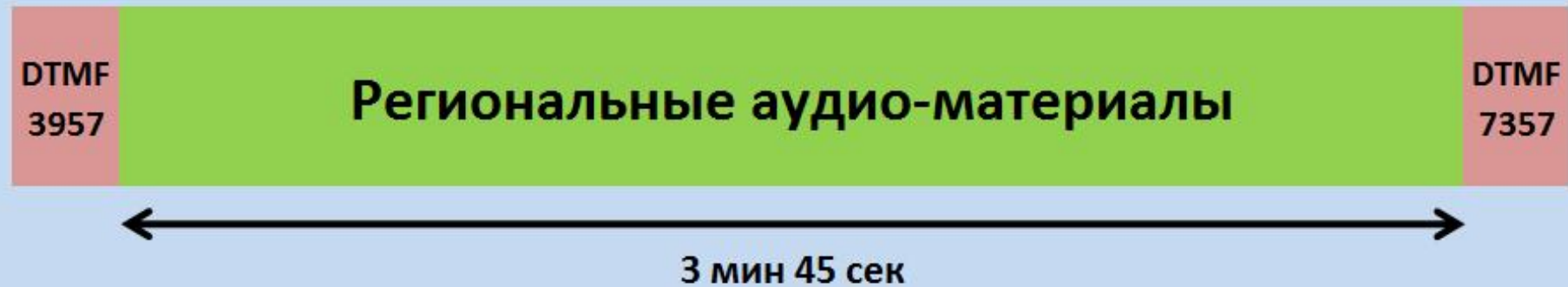
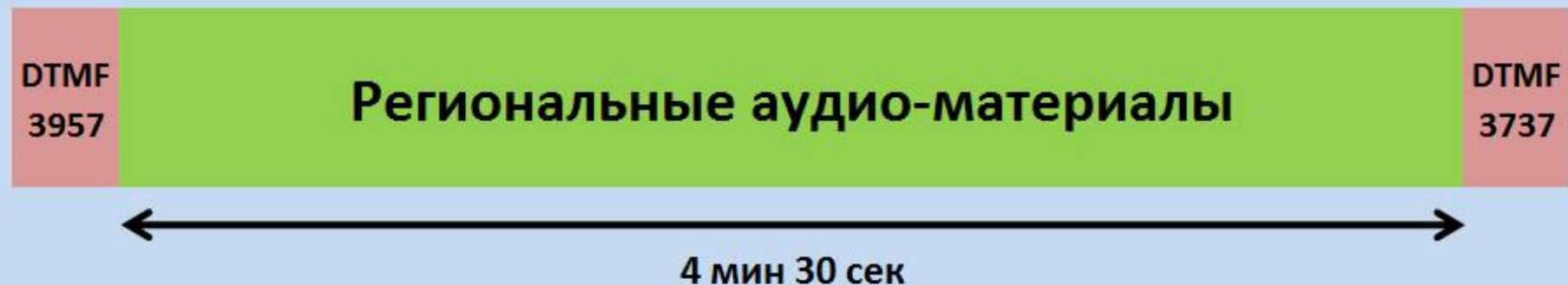


СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 50 мин



## 2. ВЫСОКАЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ (свободно 01-17 сек)

Если часть хронометража регионального включения, не занятая региональным аудио-материалом, составляет не более 17 сек, необходимо заполнить этот отрезок одним из ДекроДжинглов, находящихся в папке [\\ftp.rr.ru\rusradio\Decro\DecroJingles](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Decro/DecroJingles)

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 20 мин

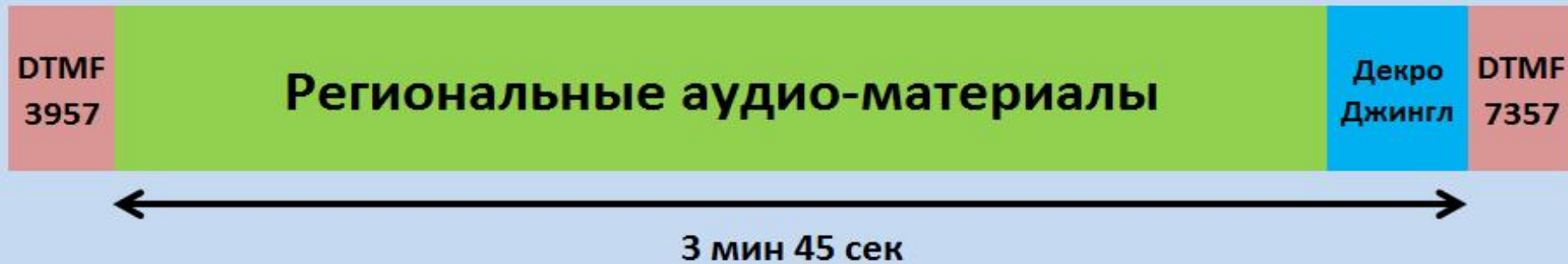
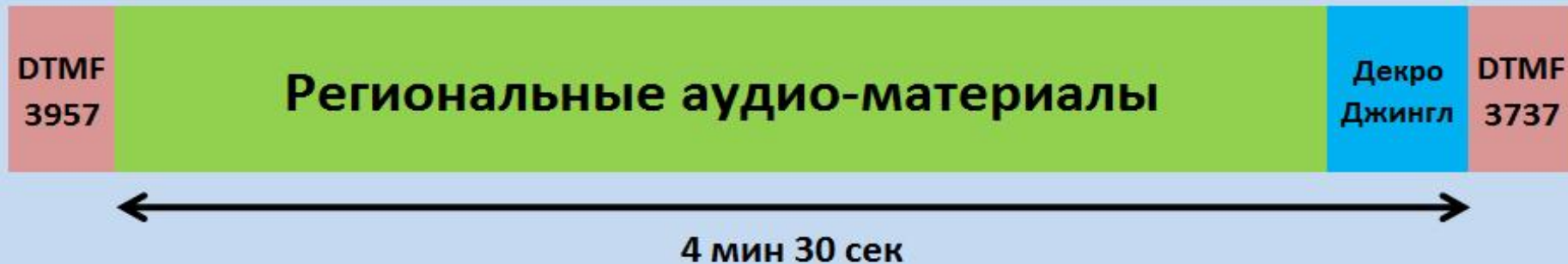


СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 50 мин



### 3. СРЕДНЯЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ (свободно не более 1,5 мин)

В данном случае для заполнения свободного места необходимо использовать **DecroMix** или сочетание **DecroJingle + DecroMix**.

**ВАЖНО:** во втором случае необходимо соблюдать указанный порядок: **DecroJingle + DecroMix**.

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 20 мин

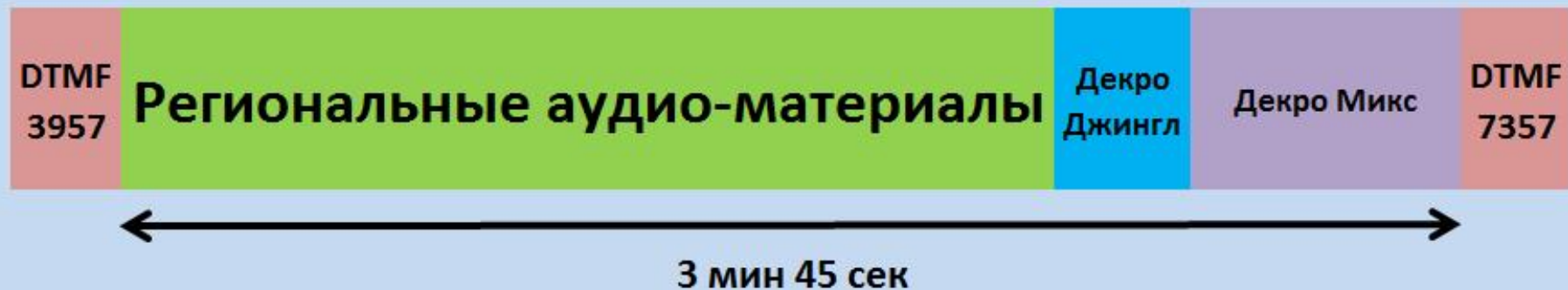
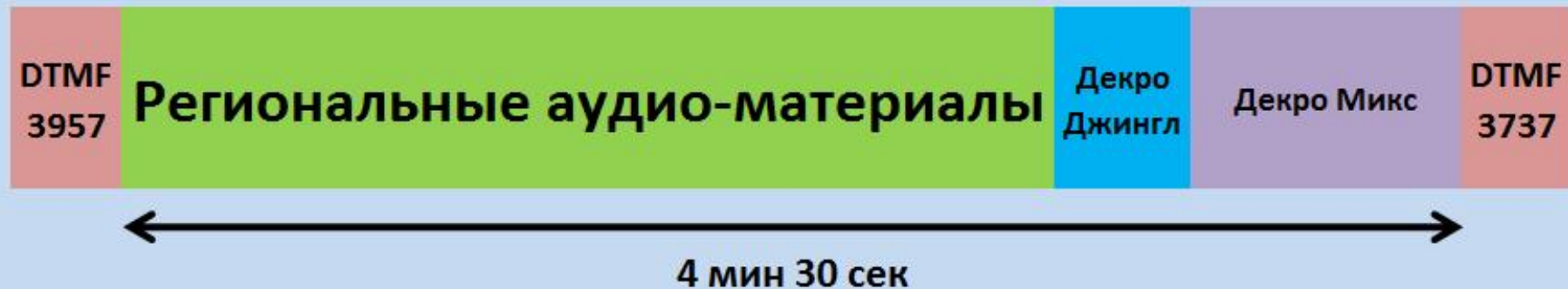


СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 50 мин



### 3. НИЗКАЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ (свободно более 2 мин)

Наилучший вариант в этой ситуации - использование одной из коротких песен, находящихся в папке [\\ftp.rr.ru\rusradio\Decro\DecroSongs](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Decro/DecroSongs)

**ВАЖНО:** если вы используете в качестве короткого “выравнивающего” декро-элемента **ДекроДжингл**, необходимо ставить его **ПЕРЕД ДекроСонгом**.

**ВАЖНО:** необходимо следить за тем, чтобы исполнитель используемой песни не встречался в основном плей-листе в пределах +/- 1 час.

СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 20 мин

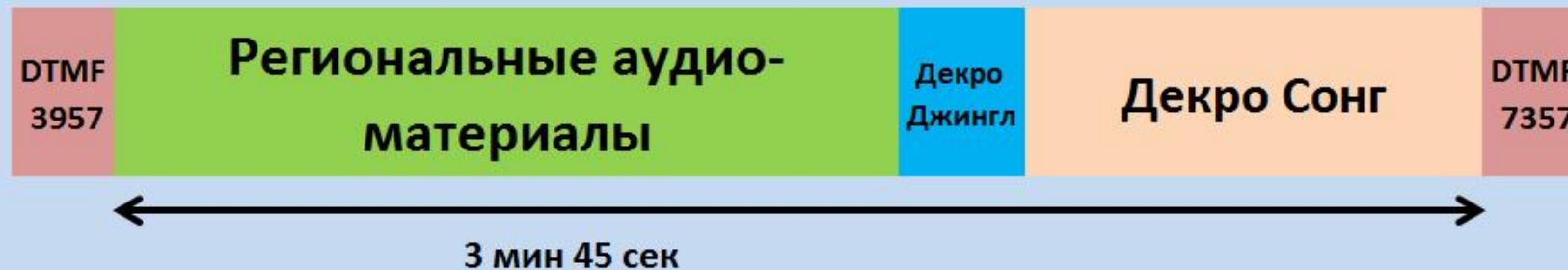


СХЕМА РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ 50 мин





### 3. НИЗКАЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ВКЛЮЧЕНИЯ (свободно более 2 мин)

Возможно также использование сочетания **ДекроДжингл + ДекроМикс + ДекроСонг**.

**ВАЖНО:** в этом случае необходимо придерживаться указанного порядка декро-элементов: **ДекроДжингл + ДекроМикс + ДекроСонг**.





## ТРЕБОВАНИЯ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ДЕКРО-ЭЛЕМЕНТОВ

НЕ нужно “подрезать” ДекроСонги, а тем более - ДекроМиксы. Предоставленных Декро-Элементов (а также их сочетаний) вполне достаточно для того, чтобы точно заполнить любой свободный объем.

В пределах одного регионального включения ни один из видов декро-элементов не должен использоваться дважды: не более одного ДекроДжингла, не более одного ДекроМикса, не более одного ДекроСонга.

Все декро-элементы необходимо использовать равномерно, не допуская слишком частого повторения одного и того же элемента.



**Желаем вам  
максимальной заполняемости  
региональных включений!!!**

# ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ СПОНСОРСКОЙ РЕКЛАМЫ



## Согласно Федеральному закону от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

При интеграции лица в качестве спонсора текст ведущего или текст ролика должен содержать:

1. Упоминание лица как «спонсора»;
2. Фирменное наименование.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Для индивидуальных предпринимателей достаточно указать статус лица (Индивидуальный Предприниматель) и его фамилию и имя (отчество по желанию).

# ОСОБЕННОСТИ ВЕЩАНИЯ В ДНИ ТРАУРА



## ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО РФ О ТРАУРЕ

Общенациональный траур объявляется Президентом РФ и действует на всей территории Российской Федерации.

Траур на местном (региональном) уровне объявляется главой исполнительной власти субъекта РФ и действует на всей территории данного субъекта Российской Федерации.

В объявленные дни траура:

- в радиопрограммах не допускается распространение рекламы (**ч.13 ст.15 ФЗ №38 «О рекламе»**);
- на радиоканалах отменяются все развлекательные радио-программы (*данный запрет носит рекомендательный характер, его нормативное закрепление не предусмотрено*).





## САНКЦИИ ЗА НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РФ О ТРАУРЕ

### КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОБ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЯХ РФ

#### Статья 14.3. Нарушение законодательства о рекламе

2. Нарушение порядка прерывания рекламой теле- или радиопрограммы, теле- или радиопередачи либо совмещения рекламы с телепрограммой, превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в теле- или радиопрограммах, а равно распространение рекламы в теле- или радиопрограммах в дни траура, объявленные в Российской Федерации, - *влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.*



## ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЙ ТРАУР

### БЕЗУСЛОВНО СНИМАЮТСЯ С ЭФИРА:

- все развлекательные программы, рубрики и игры, в том числе Стол Заказов;
- вся коммерческая реклама;
- вся спонсорская реклама;
- вся собственная реклама (промо).

### МОГУТ ОСТАВАТЬСЯ В ЭФИРЕ:

- региональные выпуски новостей без развлекательных сюжетов (инфотейментов);
- прогноз погоды;
- информация о пробках.

**ВАЖНО:** метки DTMF в особых случаях могут быть сняты с федерального эфира решением программной дирекции, о чем региональные партнеры оповещаются дополнительно.



## ТРАУР В ОТДЕЛЬНОМ СУБЪЕКТЕ РФ

При объявлении траура в отдельном регионе РФ региональный партнер, осуществляющий вещание в данном регионе, обязан:

- незамедлительно проинформировать Департамент регионального развития электронным письмом по адресу: [region@rr.ru](mailto:region@rr.ru)
- сформировать музыкальную программу на основе траурного плей-листа: [\\ftp.rr.ru\rusradio\Музыкальные плейлисты\траур\!!!!!!траурный.txt](ftp://ftp.rr.ru/rusradio/Музыкальные%20плейлисты/траур/!!!!!!траурный.txt)

### СНИМАЮТСЯ С ЭФИРА:

- все развлекательные программы, рубрики и игры, в том числе Стол Заказов;
- вся коммерческая реклама;
- вся спонсорская реклама;
- вся собственная реклама (промо).

### ОСТАЮТСЯ В ЭФИРЕ:

- региональные выпуски новостей без развлекательных сюжетов (инфотейментов);
- прогноз погоды;
- информация о пробках.



## ТРАУР В МОСКВЕ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Настоятельно рекомендуем региональным партнерам снять с эфира все развлекательные программы, в целях сохранения единой стилистики радио-программы.

Спонсорство региональных программ и рубрик, собственное промо, коммерческую рекламу в рамках региональных включений можно не снимать.