

Согласовано:

Председатель Совета трудового коллектива
Иркутского областного государственного
бюджетного учреждения культуры «Черемховский
драматический театр имени В.П. Гуркина»


А.С. Аришина
«09» марта 2023 г.

Утверждаю:

Директор Иркутского областного
государственного бюджетного
учреждения культуры
«Черемховский драматический театр
имени В.П. Гуркина»


Т.Г. Гаевская
«09» марта 2023 г.
Приказ от 09.03.2023 г. № 60 ОД

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей в Иркутском областном государственном бюджетном учреждении культуры «Черемховский драматический театр имени В.П. Гуркина»

1. Общие положения

1.1. Положение «О порядке присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей в Иркутском областном государственном бюджетном учреждении культуры «Черемховский драматический театр имени В.П. Гуркина» (далее - ИОГБУК ЧДТ) разработано на основании Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - Федеральный закон № 436-ФЗ).

1.2. Настоящее Положение регламентирует порядок присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей в ИОГБУК ЧДТ.

1.3. Основные понятия, используемые в настоящем Положении:

знак информационной продукции - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной ч. 3 ст. 6 Федерального закона № 436-ФЗ;

информационная продукция - предназначенная для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий;

классификация информационной продукции - распределение информационной продукции в зависимости от её тематики, жанра, содержания и художественного оформления по возрастным категориям детей в порядке, установленном Федеральным законом №436-ФЗ;

маркировка - нанесение условных знаков, букв, цифр, графических знаков или надписей на объект, с целью его дальнейшей идентификации (узнавания), указания его свойств и характеристик.

2. Порядок присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей

2.1. Присвоение и размещение знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей, не

распространяется на печатную продукцию, выпущенную в оборот до 1 сентября 2012 года.

2.2. Присвоение знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения (в отношении своей продукции) осуществляется производителем информационной продукции или экспертом по заказу ИОГБУК ЧДТ (в отношении информационной продукции, производителем которой Учреждение не является).

2.3. В договорах на поставку рекламной продукции определяется требование обязательной маркировки информационной продукции и условия об ответственности производителя, включающие право распространителя требовать возмещения убытков, понесенных в результате нарушения Федерального закона № 436-ФЗ.

2.4. В случае, если ИОГБУК ЧДТ не является производителем информационной продукции, экспертиза информационной продукции проводится на договорной основе экспертом, экспертами и (или) экспертными организациями, аккредитованными Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

2.5. Экспертизу информационной продукции проводят эксперты, не являющиеся одновременно ее производителями и (или) распространителями или их представителями.

2.6. Информационная продукция, произведенная ИОГБУК ЧДТ, маркируется самостоятельно.

2.7. Процедура присвоения и размещения знака информационной продукции в отношении произведенной информационной продукции утверждается приказом ИОГБУК ЧДТ.

2.8. Информационная продукция, используемая во время проведения публичных мероприятий, подлежит классификации. К информационной продукции, используемой во время проведения публичного мероприятия, относятся: приглашения, входные билеты либо иные документы, предоставляющие право посещения мероприятия, афиши или объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия.

Классификация информационной продукции, произведенной ИОГБУК ЧДТ, осуществляется самостоятельно в соответствии с процедурой, утвержденной приказом ИОГБУК ЧДТ.

2.9. Знак информационной продукции проставляется на рекламном объявлении, программе мероприятий.

В случае если в рекламном объявлении даётся информация о цикле мероприятий, предназначенных для различных возрастных групп, знак информационной продукции проставляется напротив названия каждого мероприятия.

На афишах и объявлениях знак информационной продукции размещается в правом нижнем углу. Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем 5 % площади объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия.

Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади афиши или иного объявления, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющего право посещения показа спектакля и (или) зрелищного мероприятия.

Ответственность за маркировку информационной продукции при показе спектакля и (или) зрелищного мероприятия главный администратор.

3. Перечень информационной продукции, которая не требует присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения

3.1. Не требует присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения следующая информационная продукция:

- 1) нормативные правовые акты, затрагивающие права, свободы и обязанности

человека и гражданина, а также устанавливающие правовое положение организаций и полномочия государственных органов, органов местного самоуправления;

2) информация о состоянии окружающей среды;

3) информация о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, а также об использовании бюджетных средств (за исключением сведений, составляющих государственную или служебную тайну);

4) периодические печатные издания, специализирующиеся на распространении информации производственно-практического характера;

5) информационная продукция, содержащие научную, научно-техническую, статистическую информацию;

6) информационная продукция, имеющие значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества.

К изданиям, имеющим значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества, в соответствии с протоколом принятия экспертной комиссией Роскомнадзора от 16.01.2013 г., следует относить произведения древнерусской литературы, литературы древнего мира (литература Древнего Востока, античная литература), а также произведения российских и зарубежных авторов до первой четверти XX века, получивших общественное признание, всемирную известность; авторов, признанных **(временем и специалистами)** выразителями сущности определённых направлений в искусстве, литературных течений, создателей канонических произведений в рамках жанра и т.п.