

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА
УСТЬ-ДЖЕГУТИНСКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ РАЙОН
МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
"СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА №3 г. УСТЬ-ДЖЕГУТЫ"**

Принято
на педагогическом совете
Протокол № 1 от 31.08.2021 г.

Утверждаю
Директор Н.Н. Лобжанидзе
Приказ № 158/1 от 01.09.2021г.



ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей в МБОУ «СОШ №3 г. Усть-Джегуты»

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 библиотеке учреждения (далее по тексту – положение) 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 библиотеке МБОУ «СОШ №3 г. Усть-Джегуты» (далее – Учреждение).

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 знака № 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 ее тематики, жанра, содержания и художественного оформления по возрастным категориям детей в порядке, установленном Федерального знака № 436-ФЗ;

маркировка – нанесение условных знаков, букв, цифр, графических знаков или надписей на объекте, 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 учреждения (в отношении информационной продукции, производителем которой учреждение не является).

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

2.4. В случае если Учреждение не является производителем информационной продукции, экспертиза информационной продукции проводится на договорной основе экспертом, экспертами и (или) экспертами 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 учреждением, маркируется самостоятельно.

2.7. Процедура присвоения и размещения знака информационной продукции в отношении произведенной информационной продукции утверждается приказом директора Учреждения.

2.8. Информационная продукция, используемая во время проведения публичных мероприятий, подлежит классификации. К информационной

продукции, используемой во время проведения публичного мероприятия, относятся: приглашения, афиша или объявление о проведении соответствующего зрелищного мероприятия. Классификация информационной продукции, произведенной учреждением, осуществляется самостоятельно в соответствии с процедурой, утвержденной приказом директора учреждения.

2.9. Знак информационной продукции проставляется на рекламном объявлении, программе мероприятий. В случае если в рекламном объявлении дается 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.

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, оставляющих государственную или служебную тайну);
- 4) учебники, учебные пособия, рекомендуемые или допускаемые к использованию в образовательном процессе в соответствии с законодательством об образовании;
- 5) периодические печатные издания, специализирующиеся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера;

6) информационная продукция, содержащая научную, научно-техническую, статистическую информацию;

7) информационная продукция, имеющая 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 определенных направлений в искусстве, литературных течений, создателей канонических произведений в рамках жанра и т.п.

3.2. Определены следующие отрасли знаний, в которых информационная продукция не требует маркировки по рекомендации Минкомсвязи России от 22.01.2013 года № АВ-П17-531 (в соответствии с библиотечно-библиографической классификацией): разделы 2-7; в разделе 8 подразделы 80, 81, 82, 85, 86, 87, 88; в разделе 9 подраздел 91, в подразделе 92 – справочные издания).

3.4. Вся информационная продукция, используемая во время проведения мероприятий, подлежит классификации. К информационной продукции, используемой во время проведения мероприятия относятся: издательская продукция (пропагандирующая чтение и услуги библиотеки), распространяемая среди читателей, презентационные, виде- материалы, являющиеся иллюстрацией к приводимому мероприятию, элементы, используемые при оформлении книжных выставок.

3.5. Классификация информационной продукции осуществляется сотрудниками библиотеки – разработчиками мероприятия с учетом требований Закона № 436-ФЗ.

3.6. Ответственность за классификацию мероприятия лежит на руководителе отдела – разработчика мероприятия.

3.7. Знак информационной продукции проставляется на макете рекламного объявления, программе мероприятий руководителем отдела – разработчиком мероприятия и удостоверяется его подписью. Подписанный макет передается для оформления в отдел рекламно-издательской деятельности и библиотечного имиджа.

3.8. В случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории

3.9. Демонстрация посредством мероприятия информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 Закон № 436-ФЗ, предваряется непосредственно перед началом мероприятия звуковым сообщением о недопустимости или об ограничении присутствия на такой демонстрации детей соответствующих возрастных категорий.

3.7. Знак информационной продукции размещается на афишах и иных объявлениях о проведении мероприятия, а также на входных билетах, приглашениях и иных документах, предоставляющих право его посещения. На афишах и объявлениях знак информационной продукции размещается в правом нижнем углу. Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия,

3.8. В случае если на рекламном объявлении дается информации о цикле мероприятий, предназначенных для различных возрастных групп, знак информационной продукции проставляется напротив названия каждого мероприятия.