

Утверждено  
приказом ВГТРК  
от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г. № \_\_\_\_\_

## **Положение о порядке размещения социальной рекламы в эфире телерадиоканалов ВГТРК**

### **1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение о порядке размещения социальной рекламы в эфире телерадиоканалов ВГТРК (далее – Положение) разработано в соответствии с требованиями Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ), Гражданского кодекса Российской Федерации и определяет порядок приема и рассмотрения заявлений физических и юридических лиц, органов государственной власти, иных государственных органов и органов местного самоуправления, а также муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о размещении социальной рекламы в средствах массовой информации ВГТРК по договору на оказание услуг по распространению социальной рекламы.

1.2. Основными целями и задачами принятия настоящего Положения являются:

- 1) распространение общественно полезной информации, привлечение внимания к социально значимым проблемам общества;
- 2) достижение благотворительных целей, а также обеспечение интересов государства;
- 3) соблюдение законодательства о социальной рекламе, о средствах массовой информации;
- 4) создание равных условий и возможностей для размещения социальной рекламы.

1.3. Понятия, используемые в настоящем Положении:

1) Социальная реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц, и направленная на привлечение внимания к социально значимым проблемам общества, достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

2) Рекламодатель – лицо, определившее содержание социальной рекламы, и направившее заявление о размещении социальной рекламы в Комиссию Рекламораспространителя в порядке, определенном настоящим Положением.

3) Рекламораспространитель – ВГТРК, осуществляющая распространение социальной рекламы в принадлежащих ВГТРК средствах массовой информации в любой форме и с использованием любых средств.

4) Комиссия – образованная Рекламораспространителем Комиссия по вопросам размещения социальной рекламы в эфире телерадиоканалов ВГТРК (далее – Комиссия).

5) Социальный ролик – аудиоролик/видеоролик с записью социальной рекламы на материальном носителе, направленный Рекламодателем в адрес Рекламораспространителя с заявлением о размещении социальной рекламы для целей заключения договора на оказание услуг по распространению социальной рекламы в средствах массовой информации ВГТРК.

## **2. Основные положения**

2.1. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

2.2. В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением следующих случаев: упоминания об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о спонсорах, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи. В социальной рекламе допускается упоминание о социально ориентированных некоммерческих организациях исключительно в случаях, если содержание этой рекламы

непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей.

2.3. В социальной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать три секунды, в социальной рекламе, распространяемой в телепрограммах, - три секунды и такому упоминанию должно быть отведено не более чем семь процентов площади кадра. Эти ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.

2.4. Распространение социальной рекламы в средствах массовой информации Рекламораспространителем осуществляется в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации на основе профессиональной самостоятельности и в отсутствие цензуры по смыслу Закона о СМИ.

### **3. Порядок распространения социальной рекламы**

3.1. Для размещения социальной рекламы Рекламодатель не позднее, чем за 60 рабочих дней до предлагаемой Рекламодателем даты размещения направляет Рекламораспространителю заявление о размещении социальной рекламы (далее – Заявление) в свободной форме по адресу: 5-я улица Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, Россия, 125040.

В заявлении должно содержаться краткое описание социальной рекламы с указанием цели ее размещения, предлагаемый Рекламодателем срок распространения социальной рекламы, также к заявлению должен быть приложен Социальный ролик, продолжительность которого должна быть кратной 5 (Пяти) секундам, при этом общий хронометраж Социального ролика не должен превышать 15 (Пятнадцать) секунд.

Социальный ролик должен соответствовать требованиям, установленным ФЗ «О рекламе», Законом о СМИ и всем требованиям, установленным в Приложении к настоящему Положению.

Также в Заявлении должен быть указан почтовый адрес для направления ответа Рекламодателю.

С Заявлением и Социальным роликом Рекламодателем в обязательном порядке должны быть предоставлены следующие документы:

1) Письмо о классификации информационной продукции согласно Федеральному закону от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (возрастной категории).

2) В случае указания в Социальном ролике номеров телефонов, - заявление о том, что по данным номерам телефонов не ведутся дистанционные продажи, не распространяется информация о товарах/работах/услугах, реклама которых запрещена, ограничена.

3) Информация об авторских правах на Социальный ролик, с указанием наименования ролика, наименования музыкального произведения, использованного в ролике, авторах музыкального произведения (ФИО композитора и автора текста), хронометража музыкального произведения, количества звучаний и производителя ролика, информация об авторах видео, а также подтверждение, что Социальный ролик произведен в соответствии с действующим ФЗ «О рекламе» и Гражданским кодексом Российской Федерации, и его размещение в эфире не нарушает личных и имущественных прав третьих лиц.

4) Документальное подтверждение безвозмездности звонков для лиц, готовых оказать материальную помощь для физических лиц, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении (для благотворителей).

5) Документы, содержащие сведения о российских и иностранных авторах, исполнителях, иных правообладателях произведений, объектов смежных прав, включенных в Социальный ролик, а также сведения о физических лицах, высказывания которых используются в Социальном ролике.

К Социальному ролику, принимаемому для размещения в рамках радиоканалов ВГТРК, дополнительно прилагаются документы, содержащие сведения об использовании в Социальном ролике фонограмм.

6) В отношении физических лиц, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, дополнительно необходимо предоставить:

а) обязательное документальное подтверждение достоверности данных обстоятельств.

В отношении лиц, нуждающихся в лечении, таковыми могут быть медицинские заключения, выданные лицами, обладающими лицензиями на осуществление медицинской деятельности, выданными соответствующим лицензирующим органом, копии которых заверены в установленном законом порядке.

Также обязательно предоставление копии лицензии на осуществление медицинской деятельности, заверенной в установленном законом порядке.

- б) согласие на обработку персональных данных;
- в) согласие на использование изображения физического лица, оказавшегося в трудной жизненной ситуации или нуждающегося в лечении;
- г) разрешение на распространение сведений о частной жизни физического лица, оказавшегося в трудной жизненной ситуации или нуждающегося в лечении.

В случае если таким физическим лицом является несовершеннолетний, в зависимости от возраста подобные разрешения выдаются:

- до 14 лет – законными представителями несовершеннолетнего;
- от 14 до 18 лет – лично самим несовершеннолетним, но с согласия его законных представителей.

7) Для юридических лиц дополнительно необходимо предоставить нотариально заверенные или заверенные печатью организации копии следующих документов:

- а) устава (учредительного договора, Положения);
- б) выписки из ЕГРЮЛ (выписки из ЕГРИП), выданной не позднее 1 (Одного) месяца со дня представления в ВГТРК;
- в) свидетельства о государственной регистрации юридического лица (документов о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц);
- г) свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- д) документа, подтверждающего решение о назначении единоличного исполнительного органа юридического лица;
- е) паспорта руководителя юридического лица.

3.2. После поступления Заявления с приложением необходимых материалов в адрес Рекламодателя, уполномоченные должностные лица компании проверяют их на соответствие требованиям, установленным в пункте 3.1 настоящего Положения.

В случае недостоверности информации, содержащейся в Социальном ролике и/или несоответствия материалов требованиям пункта 3.1. настоящего Положения, Заявление не подлежит рассмотрению и возвращается обратно в адрес Рекламодателя по указанному им в заявлении почтовому адресу в течение 10 рабочих дней с даты его получения ВГТРК.

3.3. В случае соответствия Заявления Рекламодателя и приложенных к нему материалов требованиям пункта 3.1. настоящего Положения, а также установления достоверности информации, содержащейся в Социальном ролике, Заявление со всеми материалами передается на рассмотрение

Комиссии для принятия решения о возможности размещения соответствующего Социального ролика с учетом критериев оценок, предусмотренных пунктом 3.4 настоящего Положения.

3.4. Критериями оценки Комиссией заявлений о размещении социальной рекламы в средствах массовой информации Рекламораспространителя являются:

- соответствие содержания Социального ролика Рекламодателя требованиям ФЗ «О рекламе», предъявляемым к социальной рекламе;
- цель размещения социальной рекламы;
- соответствие Социального ролика Рекламодателя программной концепции телеканала/радиоканала Рекламораспространителя, а также тематическим и художественным, этическим и другим редакционным требованиям средства массовой информации Рекламораспространителя.

3.5. Если Социальный ролик Рекламодателя соответствует критериям, определенным пунктом 3.4 настоящего Положения, а также программной концепции телеканала/радиоканала и художественным, этическим, тематическим и другим редакционным требованиям, а также, если его распространение не повлечет нарушение Рекламораспространителем своих обязательств по договору с эксклюзивным агентом Рекламораспространителя по распространению рекламы в средствах массовой информации Рекламораспространителя, Комиссия принимает решение о возможности его размещения, после чего сообщает уполномоченному лицу о возможности заключения с Рекламодателем договора на оказание услуг по распространению Социального ролика в соответствующем средстве массовой информации Рекламораспространителя.

В случае, если Социальный ролик не соответствует всем указанным в предыдущем абзаце критериям, то Комиссия сообщает об этом уполномоченному лицу.

Решение Комиссии носит рекомендательный характер.

В случае несогласия уполномоченного в соответствии с действующим законодательством и внутренними локальными нормативными актами компании лица с решением Комиссии, окончательное решение по вопросам размещения социального ролика в эфире телерадиоканалов ВГТРК принимает соответствующее уполномоченное лицо.

Рекламораспространитель в течение 30 рабочих дней с даты получения заявления, соответствующего требованиям, определенным в п.3.1. Положения, направляет Рекламодателю одно из следующих решений:

- решение о размещении Социального ролика в соответствующем средстве массовой информации с предложением заключить договор на оказание услуг по распространению социальной рекламы в определенные

Рекламораспространителем сроки по определенной Рекламораспространителем стоимости и графику;

- решение об отказе в размещении социальной рекламы.

Соответствующее решение Рекламораспространителем направляется Рекламодателю по почтовому адресу, указанному им в Заявлении.

Рекламодатель обязуется в течение 5 рабочих дней с момента получения решения Рекламораспространителя о заключении договора на распространение социальной рекламы уведомить Рекламораспространителя о своем согласии либо отказе в заключении предлагаемого договора.

В случае неполучения Рекламораспространителем ответа Рекламодателя в течение 10 рабочих дней с даты отправки Рекламораспространителем Рекламодателю предложения о заключении договора на оказание услуг по распространению социальной рекламы, Рекламодатель считается отказавшимся от заключения данного договора.

3.6. Распространение социальной рекламы в принадлежащих Рекламораспространителю средствах массовой информации осуществляется Рекламораспространителем на платной основе по договору об оказании услуг по распространению социальной рекламы, заключенному с Рекламодателем.

Стоимость услуг Рекламораспространителя по распространению социальной рекламы определяется в договорном порядке в соответствии с действующим законодательством.

3.7. Форма распространения Социального ролика по договору с Рекламодателем на распространение социальной рекламы – свободный график размещения по усмотрению Рекламораспространителя.

## **4. Заключительные положения**

4.1. Рекламораспространитель оставляет за собой право вносить необходимые изменения или дополнения в настоящее Положение.

4.2. Рекламораспространитель публикует настоящее Положение в сети Интернет на официальном сайте ВГТРК [www.vgtrk.com](http://www.vgtrk.com) в разделе «Порядок размещения социальной рекламы».

## Приложение

к Положению о порядке размещения социальной рекламы в эфире телерадиоканалов ВГТРК

### I. Общие требования

1. На каждом материальном носителе, передаваемом ВГТРК, должна содержаться запись только Социального ролика. Присутствие на материальном носителе любой посторонней аудио-, видеоинформации не допускается.

2. В комплект материалов входят:

2.1. Планируемых к распространению по телеканалам:

- материальный носитель с видеозаписью Социального ролика (видеоматериалы категории HD должны предоставляться в виде файлов XDCAM MPEG HD422 на жестких дисках HDD или флеш-накопителе с интерфейсом USB версии не ниже 2.0 с файловой системой exFAT или NTFS; видеоматериалы в стандартном разрешении SD должны быть представлены в виде файлов XDCAM MPEG IMX на жестком диске HDD или флеш-накопителе с интерфейсом USB версии не ниже 2.0 с файловой системой exFAT или NTFS);

- аннотация, которая должна содержать название и краткое содержание Социального ролика;

- тайм-код начала и окончания Социального ролика.

2.2. Планируемых к распространению в рамках радиоканалов:

- материальный носитель CD-R с аудиозаписью Социального ролика;

- аннотация, которая должна содержать название и содержание Социального ролика.



3. Социальные ролики записываются на материальных носителях, не бывших в употреблении, без царапин, потертостей и других механических повреждений.

4. Передаваемые Социальные ролики для распространения в рамках телеканалов на материальных носителях должны иметь наклейку/надпись (если применимо к конкретному материальному носителю):

на лицевой стороне:

- название;
- хронометраж;
- начальный и конечный тайм-коды;
- надпись «Мастер»;

на торцевой части (при наличии):

- название;
- хронометраж.

На футляре носителя (на лицевой стороне и при наличии на торце) должна быть информация, аналогичная информации, нанесенной на материальном носителе с видеозаписью Социального ролика.

5. Передаваемые Социальные ролики для распространения в рамках радиоканалов на материальных носителях должны иметь наклейку/надпись:

на лицевой стороне:

- название;
- хронометраж;

на торцевой части (при наличии):

- название;
- хронометраж.

На футляре носителя (на лицевой стороне и при наличии на торце) должна быть информация, аналогичная информации, нанесенной на материальном носителе с записью Материала.

**II. Технические требования к Социальному ролику,  
предназначенному для распространения в эфире общероссийского  
обязательного общедоступного телеканала  
«Телеканал «Россия» (Россия – 1)»**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящие технические требования разработаны в целях обеспечения качества эфира цифрового вещания Телеканала «Россия» (Россия-1) при распространении социальной рекламы.

1.2. Настоящий раздел содержит перечень технических требований, обязательных для Социального ролика, предназначенного к распространению по телеканалу «Россия» (Россия – 1).

1.3. Настоящие технические требования к Социальному ролику разработаны на основе и в соответствии с ПТЭ–2001, утвержденными Приказом № 134 от 12.07.2002 Министерства Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, федеральными ГОСТами и техническими требованиями на видеопroduкцию, предъявляемыми ВГТРК.

**2. Технические требования  
и рекомендации к Социальному ролику, записанному на носителе  
высокого разрешения  
(High Definition – HD)**

2.1. Социальные ролики, записанные на носителе категории HD, должны предоставляться в виде файлов на жестких дисках HDD или флеш-накопителе с интерфейсом USB версии не ниже 2.0 с файловой системой exFAT или NTFS.

2.2. Технические параметры должны отвечать требованиям национальных стандартов Российской Федерации (ГОСТ Р):

ГОСТ Р 53533-2009 «Цифровое телевидение высокой четкости. Основные параметры цифровых систем телевидения высокой четкости».

ГОСТ Р 53540-2009 «Цифровое телевидение. Широкоформатные цифровые системы. Основные параметры. Аналоговые и цифровые представления сигналов. Параллельный цифровой интерфейс».

ГОСТ Р 53535-2009 «Цифровое телевидение высокой четкости. Аналоговое и цифровое представление сигналов. Цифровые интерфейсы».

ГОСТ Р 53536-2009 «Цифровое телевидение повышенной четкости. Основные параметры цифровой системы с построчным разложением. Аналоговые и цифровые представления сигналов. Параллельный цифровой интерфейс».

ГОСТ Р 53537-2009 «Звуковое вещание. Основные электрические параметры каналов и трактов студийного качества (с полосой частот 20...20000Гц)».

ГОСТ Р 52210-2004 «Телевидение вещательное цифровое».

ПТЭ–2001, утвержденные Приказом № 134 от 12.07.2002 Министерства Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, и техническим требованиям к видеоматериалам, предназначенным для размещения в эфире телеканала «Телеканал «Россия» (Россия –1)».

2.3. Видеосигнал высокой чёткости и звуковое сопровождение должны соответствовать международным рекомендациям:

- Recommendation ITU-R BT.709-6. Parameter values for the HDTV standards for production and international programme exchange;
- SMPTE 292M-2008 1.485 Gb/s Serial Digital Interface;
- SMPTE 272M-2004 Television – Formatting AES/EBU Audio and Auxiliary Data into Digital Video Ancillary Data Space;
- SMPTE 299M-2004 for Television 24-bit Digital Audio Format for SMPTE 292M bit- Serial Interface;
- AES-2003, AES standard for Digital Audio – Digital Input-Output interfacing – Serial Transmission format for Two-Channel Linearly Represented Digital Audio Data (AES3);
- SMPTE 12M-2-2008 for Television – Transmission of Time Code in the Ancillary Date Space.

2.4. Видеосигнал должен иметь разрешение 1920x1080, что соответствует формату изображения 16:9, с чересстрочным разложением и соответствовать 50 полям (25 кадрам) в секунду. Частоты дискретизации яркостного сигнала и двух цветоразностных сигналов должны находиться в соотношении 4:2:2, разрядность 10 бит.

2.5. Звуковое сопровождение должно быть записано с частотой дискретизации 48 кГц, 24 бит, максимальный допустимый уровень звукового сигнала – 9 dBFS относительно цифровой шкалы.

2.6. Требуемые параметры файлов с Социальным роликом, предоставляемых на жестком диске (HDD) или флеш-накопителе:

Общие:

- название – XDCAM MPEG HD422;
- формат – MXF;
- профиль формата – OP-1a.

Видео:

- формат – MPEG-2 422P@HL;
- битрейт – 50,0 Мбит/сек;
- разрешение – 1920x1080 пикселей;
- формат разложения кадра – 16:9;
- частота кадров – 25 кадров/сек;
- тип развёртки – чересстрочная;
- порядок развёртки – верхнее поле первое;
- цветовая палитра – цветовое пространство должно соответствовать рекомендации ITU-R BT.709-6.

Аудио:

- формат – импульсно-кодовая модуляция (PCM);
- каналы –CH1&CH2 (стерео) полный mix, CH3&CH4 (моно полный mix);
- глубина квантования – 24 бита активных;
- частота дискретизации – 48,0 кГц.

Прочее:

- формат тайм-кода должен соответствовать рекомендации SMPTE 12M-2-2008;
- временной код первого кадра – 00:00:00:00;
- тайм-код на протяжении всей записи должен быть нарастающим и непрерывным.

При формировании файла с контентом на HDD или флеш-накопителе, прописывать в начале файла тестовые сигналы (видеосигнал «цветные полосы» и электронный ракорд) – запрещено. Для написания имени файла разрешены только буквы латинского алфавита и арабские цифры, пробел

заменяется нижним подчеркиванием, использование других символов запрещено.

### **3. Техническая приемка Социального ролика**

3.1. Использование видеоматериалов низкого разрешения из интернета, имеющих хранящиеся в фондах аналоги вещательного качества, не допускается. Подобные материалы имеют невещательный формат.

3.2. Наличие брака в видеофонограммах (по результатам оценки Службы технического контроля видеопродукции) является основанием для предъявления претензий к рекламодателям видеопродукции.

### **4. Оценка технического качества Социального ролика**

4.1. Объективная оценка качества изображения производится путем измерений параметров телевизионного сигнала, которые должны соответствовать ГОСТ 7845-92, ГОСТ Р 53533-2009, ГОСТ Р 53540-2009, ГОСТ Р 53535-2009, ГОСТ Р 53536-2009.

4.2. Объективная оценка качества звука производится путем измерений параметров сигнала, которые должны соответствовать ГОСТ Р 52742-2007.

4.3. К оценке «брак» при объективной оценке телевизионного сигнала относятся отклонения временных и амплитудных параметров видеосигнала от норм в течение более 5 секунд.

4.4. К оценке «брак» при объективной оценке звукового сигнала относятся:

- фон и шумы уровнем свыше минус 40 дБ от максимально допустимого значения сигнала;
- занижение квазипикового уровня реплик/диалогов ниже минус 14 дБ от максимально допустимого значения;
- занижение квазипикового уровня музыкального сопровождения и интершума ниже минус 25 дБ от максимально допустимого значения;
- при стереофоническом сигнале показания коррелометра должны преимущественно находиться в диапазоне  $+0,3 \div +0,7$ ;
- при монофоническом сигнале показания коррелометра должны соответствовать значению  $+1$ ;

□ синхронность звукового сигнала, т.е. опережение или отставание относительно видео, не должна превышать +5/-10мс.

4.5. К оценке «брака» при субъективной оценке технического качества звука относятся дефекты, нарушающие:

□ синхронность звукового сигнала, т.е. опережение или отставание относительно видео;

□ разборчивость и тембр для речевых информационных, речевых, художественных и публицистических передач.

#### **4. Требования к громкости звука**

5.1. Технические требования к громкости звука видеороликов хронометражем менее 30 секунд:

– Громкость (Programme Loudness) – 23 ( $\pm 0.5$ ) LUFS;

□ Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak Level) – 3 dBTP;

□ Максимально допустимое значение кратковременной громкости (Maximum Permitted Short-term Loudness Level) – 18.0 LUFS;

□ Максимально допустимое значение моментальной громкости (Maximum Permitted Momentary Loudness Level) – 15.0 LUFS.

5.2. Анализ и нормирование звука по громкости должно осуществляться в двухканальном режиме, независимо от режима моно- или стерео, т.е. CH1 и CH2; CH3 и CH4 – соответственно.

### **III. Технические требования к Социальному ролику, предназначенному для распространения в эфире общероссийского обязательного общедоступного телеканала «Российский Информационный Канал «Россия – 24» (Россия – 24)»**

#### **1. Общие положения**

1.1. Настоящие технические требования разработаны в целях обеспечения качества телевизионной продукции и эфира при распространении социальной рекламы.

1.2. Настоящий раздел содержит перечень технических требований, обязательных для Социального ролика, предназначенного к распространению на федеральных каналах ВГТРК.

1.3. Настоящие технические требования разработаны на основе и в соответствии с ПТЭ–2001, утвержденными Приказом № 134 от 12.07.2002 Министерства Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, федеральными ГОСТами и техническими требованиями на видеопродукцию, предъявляемыми ВГТРК.

#### **2. Технические требования и рекомендации к Социальному ролику, записанному на носителе стандартного разрешения (Standard Definition – SD)**

2.1. Социальные ролики, записанные на носителе категории SD, должны предоставляться в виде файлов на жестких дисках HDD или флеш-накопителе с интерфейсом USB версии не ниже 2.0 с файловой системой exFAT или NTFS.

2.2. Технические параметры должны отвечать требованиям национальных стандартов Российской Федерации (ГОСТ Р):

ГОСТ Р 53540-2009 «Цифровое телевидение. Широкоформатные цифровые системы. Основные параметры. Аналоговые и цифровые представления сигналов. Параллельный цифровой интерфейс»;

ГОСТ Р 53537-2009 «Звуковое вещание. Основные электрические параметры каналов и трактов студийного качества (с полосой частот 20...20000Гц)»;

ГОСТ Р 52210-2004 «Телевидение вещательное цифровое»;

ПТЭ–2001, утвержденные Приказом № 134 от 12.07.2002 Министерства Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, и техническими требованиями на видеопroduкцию, предъявляемыми ВГТРК.

2.3. Видеосигнал стандартной чёткости и звуковое сопровождение должны соответствовать международным рекомендациям:

- SMPTE 259M-2008 Television - SDTI Digital Signal/Data - Serial Digital Interface;
- SMPTE 272M-2004 Television – Formatting AES/EBU Audio and Auxiliary Data into Digital Video Ancillary Data Space;
- SMPTE 299M-2004 for Television 24-bit Digital Audio Format for SMPTE 292M bit- Serial Interface;
- AES-2003, AES standard for Digital Audio – Digital Input-Output interfacing – Serial Transmission format for Two-Channel Linearly Represented Digital Audio Data (AES3);
- SMPTE 12M-2-2008 for Television – Transmission of Time Code in the Ancillary Date Space.

2.4. Видеозапись должна иметь разрешение 720x576, с чересстрочным разложением и соответствовать 50 полям (25 кадрам) в секунду. Частоты дискретизации яркостного сигнала и двух цветоразностных сигналов должны находиться в соотношении 4:2:2. Разрядность сигнала в 10-битном представлении.

2.5. Звуковое сопровождение должно быть записано с частотой дискретизации 48 кГц, 24 бит, максимально допустимый уровень звукового сигнала – 9 dBFS по цифровой шкале.

2.6. Видеозаписи форматов не вещательного качества DVD, VHS, S-VHS (и других с аналогичными параметрами), а также Материалы низкого разрешения из интернета не удовлетворяют требованиям, предъявляемым к видеопroduкции, предназначенной для эфира.

2.7. Требуемые параметры файлов с Социальным роликом, представляемых на жестком диске HDD или флеш-накопителе

Общие:

- название – MPEG IMX 30;
- формат – MXF;



- профиль формата – ОР-1а.

#### Видео:

- формат – MPEG-2 422P@ML;
- битрейт – 30,0 Мбит/сек;
- разрешение – 720x576 пикселей;
- соотношение сторон – 16:9;
- частота кадров – 25 кадров/сек;
- тип развёртки – чересстрочная;
- порядок развёртки – верхнее поле первое;
- цветовая палитра – цветовое пространство должно соответствовать рекомендации ITU-R BT.601-7.

#### Аудио:

- формат – импульсно-кодовая модуляция (PCM);
- каналы –CH1&CH2 (стерео) полный mix, CH3&CH4 (моно полный mix);
- глубина квантования – 24 бита активных;
- частота дискретизации – 48,0 КГц.

#### Прочее:

- формат тайм-кода – должен соответствовать рекомендации SMPTE 12M-2-2008;
- временной код первого кадра – 00:00:00:00;
- тайм-код на протяжении всей записи должен быть нарастающим и непрерывным.

При формировании файлов с Социальным роликом на HDD или флеш-накопителе прописывать в начале файла тестовые сигналы (видеосигнал «цветные полосы» и электронный ракорд) – запрещено. Для написания имени файла разрешены только буквы латинского алфавита и арабские цифры, пробел заменяется нижним подчеркиванием, использование других символов запрещено.

### 3. Техническая приемка Социального ролика

3.1. Использование видеоматериалов низкого разрешения из интернета, имеющих хранящиеся в фондах аналоги вещательного качества, не допускается. Подобные материалы имеют невещательный формат.

3.2. Наличие брака в видеофонограммах (по результатам оценки Службы технического контроля видеопродукции) является основанием для предъявления претензий к рекламодателю видеопродукции.

### 4. Оценка технического качества Социального ролика

4.1. Объективная оценка качества изображения производится путем измерений параметров телевизионного сигнала, которые должны соответствовать ГОСТ 7845-92, ГОСТ Р 53533-2009, ГОСТ Р 53540-2009, ГОСТ Р 53535-2009, ГОСТ Р 53536-2009.

4.2. Объективная оценка качества звука производится путем измерений параметров сигнала, которые должны соответствовать ГОСТ Р 52742-2007.

4.3. К оценке «брак» при объективной оценке телевизионного сигнала относятся отклонения временных и амплитудных параметров видеосигнала от норм в течение более 5 секунд.

4.4. К оценке «брак» при объективной оценке звукового сигнала относятся:

фон и шумы уровнем свыше минус 40 дБ от максимально допустимого значения сигнала;

занижение квазипикового уровня реплик/диалогов ниже минус 14 дБ от максимально допустимого значения;

занижение квазипикового уровня музыкального сопровождения и интершума ниже минус 25 дБ от максимально допустимого значения;

при стереофоническом сигнале показания коррелометра должны преимущественно находиться в диапазоне  $+0,3 \div +0,7$ ;

при монофоническом сигнале показания коррелометра должны соответствовать значению  $+1$ ;

синхронность звукового сигнала, т.е. опережение или отставание относительно видео, не должна превышать  $+5/-10$ мс.

4.5. К оценке «брака» при субъективной оценке технического качества звука относятся дефекты, нарушающие:

- синхронность звукового сигнала, т.е. опережение или отставание относительно видео;
- разборчивость и тембр для речевых информационных, речевых, художественных и публицистических передач.

## **5. Требования к громкости звука**

5.1. Технические требования к громкости звука видеороликов хронометражем менее 30 секунд:

- Громкость (Programme Loudness) – 23 ( $\pm 0.5$ ) LUFS;
- Максимально допустимый уровень истинных пиков (Maximum Permitted True Peak Level) – 3 dBTP;
- Максимально допустимое значение кратковременной громкости (Maximum Permitted Short-term Loudness Level)– 18.0 LUFS;
- Максимально допустимое значение моментальной громкости (Maximum Permitted Momentary Loudness Level) – 15.0 LUFS.

5.2. Анализ и нормирование звука по громкости должно осуществляться в двухканальном режиме, независимо от режима моно- или стерео, т.е. CH1 и CH2; CH3 и CH4 – соответственно.

**IV. Технические требования к Социальному ролику,  
предназначенному для распространения в эфире общероссийских  
обязательных общедоступных радиоканалов  
«Радио России», «Маяк», «Вести ФМ»**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящие технические требования разработаны в целях обеспечения качества радио продукции и эфира при распространении социальной рекламы

1.2. Настоящий раздел содержит перечень технических требований, обязательных для Социального ролика, предназначенного к распространению на федеральных радиоканалах ВГТРК.

1.3. Настоящие технические требования разработаны на основе и в соответствии с ПТЭ–2001 часть 2 радиовещание, утвержденными Приказом №134 от 12.07.2002 Министерства Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, федеральными ГОСТами, ГОСТ 58-22-00.

**2. Требования к Социальному ролику,  
порядок его передачи исполнителю**

2.1. К размещению принимаются Социальные ролики на физическом носителе CD-R с записанным на него Социальным роликом в виде файла.

2.2. Запись звукового материала (файла) должна быть в следующем формате:

- формат звукозаписи – WAV (PCM);
- частота дискретизации – 48,0 кГц;
- глубина квантования – 16 бит;
- каналы - CH1 и CH2 (стерео).

2.3. Не допускается использование дисков CD-RW.

2.4. Технические параметры и качество аудиозаписи Социального ролика должны отвечать требованиям ГОСТ 58-22-00; ПТЭ–2001 часть 2, радиовещание.

2.5. Для записи Социального ролика должны быть использованы исключительно диски, не бывшие до этого в употреблении. На каждом диске может содержаться несколько записей Социальных роликов. При этом, если один из Социальных роликов не будет соответствовать техническим требованиям ВГТРК к аудиозаписи, такой материальный носитель не принимается.

2.6. Не допускается присутствие в аудиофонограммах любой посторонней аудиоинформации.

## 5. Технические требования к громкости аудиоролика

Технические требования к громкости аудиоролика	
Громкость аудио программы (Programme Loudness)	-23+/- 1 LUFS
Максимально допустимый пиковый уровень (Maximum Permitted True Peak level)	-3 dBTP
Рекомендуемые значения минимального диапазона громкости (LRA)	
Технические требования к громкости аудиоролика (хронометраж менее 30 секунд)	
Максимальное значение моментальной громкости (Max momentary Loudness)	-15 LUFS
Либо Максимальное значение кратковременной громкости (Max Short-term Loudness)	-20 LUFS