

Секция «Журналистика»

**Влияние государственной политики в области информации для детей на контент аудиовизуальных СМИ для аудитории до 12 лет.**

**Мартьянова Елена**

*Соискатель*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: elena\_martyanova@list.ru*

1) Начиная с 2012 года, в России начала формироваться государственная политика в отношении информации, которая рассчитана на детей (до 18 лет) и той, которую теоретически может потреблять детская аудитория. До этого времени (с 1990-го года) подобная медиа-продукция не контролировалась ничем, кроме закона о рекламе.

2) Одним из первых документов, который задал направление контроля, стал президентский указ «О национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы». Он направлен на решение разнообразных проблем. В ряду угроз, наравне с детской наркоманией и социальным неблагополучием, там указано «развитие высоких технологий, открытость страны мировому сообществу», которые «привели к незащищенности детей от противоправного контента в сети "Интернет"». Авторы документа подчеркнули нарастание рисков, связанных с распространением информации, представляющей опасность для детей. Там же была заявлена государственная поддержка развития детских библиотек, литературы, кино и телевидения для детей.

3) В 2012 году вступил в силу «Закон о защите детей от вредоносной информации», который в том числе наложил ограничения на деятельность СМИ. Согласно документу, вся текстовая, аудиовизуальная и электронная информация масс-медиа должна маркироваться в соответствии с возрастом, ниже которого ее просмотр может быть нежелателен.

4) Опросы всероссийских исследовательских служб показали, что россияне в большинстве (70-80%) поддерживают усиление контроля в области информации для детей. При этом можно говорить о том, что нормы того, что является безопасным для того или иного возраста – в регулирующих документах прописаны нечетко. Это привело к случаям «гиперрегуляции», когда известные и зарекомендовавшие себя кино и мультфильмы для детей – стали не рекомендованными для просмотра.

5) В конце 2013 года Роскомнадзор вместе с экспертным сообществом разработал еще один документ, который должен был разъяснить участникам медиа-рынка, что можно считать допустимым или нет для восприятия детей. В нем указаны основные направления негативного воздействия на

личностное, когнитивное развитие детей и подростков, их

эмоциональное и психологическое благополучие. Зачастую взгляды психологов расходятся с взглядами медиаменеджеров на то, что можно назвать вредным или полезным для детской аудитории. Автор этого доклада анализирует основные критерии, которые могут повлиять на контент аудиовизуальных СМИ для детей. В том числе, те ценности, которые признаны важными для воспитания детей через медиа.

6) В 2010-х годах в России сформировался рынок аудиовизуальных СМИ, рассчитанных на детей до 12 лет. В телевизионной отрасли появилось несколько крупных

игроков: общедоступные каналы «Карусель» и «Disney» и спутниковый Nickelodeon, при этом в радиоотрасли появилась только одна станция, рассчитанная на аудиторию до 12 лет: «Дети.FM». Программная политика этого радио изначально составлялась с учетом психологических и социальных потребностей слушателей. Автор приводит примеры, как отразилось на эфире появление регулирующих документов.

7) В рамках исследования стало известно, что в России не исследуется медиа-потребление детей младше 5-6 лет. Была предпринята попытка заполнить эту лакуну – и выяснилось, что даже дети до года могут смотреть телевизор и слушать радио довольно продолжительное время. Также изменилось медиапотребление детей 11-15 лет, которые начинают слушать радио и смотреть телевизор до 23.00. Это говорит о необходимости дальнейшего исследования в этой области и анализа концепции телевизионных и радиоканалов, с точки зрения их соответствия потребностям детской аудитории.

8) В докладе анализируются промежуточные результаты государственного регулирования в сфере информации для детей. Ставится вопрос психологической обоснованности и оправданности запретов и ограничений. Кроме того, приводятся результаты мониторинга контента СМИ, рассчитанных на детскую аудиторию.

### **Литература**

1. 1) Концепция информационной безопасности детей/ Роскомнадзор: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/p700/p701/>
2. 2) Круглый стол: «Защита детей от вредной информации: система контроля и художественная экспертиза»/ <http://www.youtube.com/watch?v=1lhZWTRQPPU>
3. 3) Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ Э Российская газета: <http://www.rg.ru/2010/12/31/deti-inform-dok.html>
4. 4) Указ Президента РФ от 1 июня 2012 г. N 761 "О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012 - 2017 годы"/ ИА "ГАРАНТ": <http://base.garant.ru/70183566/>