

КОНЦЕПЦИЯ
Всероссийской информационной кампании
против насилия и жестокости в СМИ и других средствах
массовой коммуникации

В соответствии с задачей обеспечения информационной безопасности детства путем реализации единой государственной политики в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, поставленной Национальной стратегией действий в интересах детей на 2013-2017 годы, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 июня 2012 года, и решением Общественного совета при Уполномоченном при Президенте Российской Федерации по правам ребенка от 18 сентября 2012 года по инициативе Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка с 1 июня 2013 года запланирован запуск Всероссийской информационной кампании против насилия и жестокости в СМИ и других средствах массовой коммуникации (далее – Кампания).

Кампания направлена против создания и распространения среди детей (в возрасте от 0 до 18 лет) продукции средств массовой информации, печатной продукции, аудиовизуальной продукции на любых видах носителей, программ для ЭВМ и баз данных, а также информации, распространяемой посредством зрелищных мероприятий, размещаемой в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи (далее – СМИ и иные средства массовой коммуникации), содержащих пропаганду жестокости, насилия, порнографии, педофилии, суицидов и других социальных девиаций, изображение и(или) описание которых способно причинить вред здоровью, физическому, психическому, духовному и нравственному развитию детей (далее – развитие детей).

Кампания не носит принудительного, административного характера. Она включает комплекс информационных, образовательно-просветительских, пропагандистских и организационных мер, направленных на поощрение развития механизмов саморегулирования, родительского и общественного контроля в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, формирование гражданской ответственности всех участников медиасреды и стимулирование добровольного выполнения ими обязанностей по обеспечению информационной безопасности детей, недопущению оборота в доступное для детей время и в доступных для детей общественных местах материалов, содержащих изображения и(или) описания чрезмерного насилия, агрессии и жестокости, порнографию и другие опасные для детей виды информации, а также созданию и выпуску в оборот информационной продукции, предназначенной для детей, учитывающей их возрастные особенности и потребности в доступе к информации, способствующей их полноценному развитию и воспитанию.

Цели Кампании:

1) обеспечение информационной безопасности детей и семей с несовершеннолетними детьми, снижение и минимизация рисков, связанных с причинением информацией вреда здоровью и развитию ребенка СМИ и иными средствами массовой коммуникации, в том числе при доступе к информационно-телекоммуникационным сетям и мобильной (сотовой) связи.

2) совершенствование информационной политики Российской Федерации и правоприменительной практики в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию;

3) обеспечение беспрепятственного доступа детей к информационной продукции, соответствующей по тематике, содержанию и художественному оформлению потребностям их воспитания и полноценного физического, психического, духовного и нравственного развития.

Задачи Кампании:

1) привлечение общественного внимания к проблеме обеспечения информационной безопасности детей;

2) повышение уровня осведомленности референтных групп населения (несовершеннолетних детей, их родителей, педагогов, воспитателей, профессионального журналистского сообщества и интернет-сообщества) о характере и видах современных информационных угроз, представляющих опасность для здоровья и развития детей, вреде, причиняемом современными средствами массовой коммуникации здоровью и развитию детей, и существующих правовых, организационных и программно-технических способах его предупреждения;

3) объединение усилий профессионального сообщества (в том числе журналистского сообщества, Интернет-сообщества), общественных объединений, других институтов гражданского общества, органов государственной власти в деятельности, направленной на формирование информационной среды, безопасной для здоровья и развития детей, и недопущение пропаганды жестокости, насилия, порнографии, суицидов, педофилии и других социальных девиаций в СМИ и иных средствах массовой коммуникации;

4) формирование социальной ответственности журналистов, режиссеров, операторов, руководителей медиакомпаний, контент-провайдеров сетей Интернет и мобильной (сотовой) связи) по вопросам обеспечения информационной безопасности детей;

5) недопущение незаконного разглашения персональных данных и иной конфиденциальной информации о ребенке, пресечение демонстрации детей и личных отношений с их участием в унижающей человеческое достоинство форме и предупреждение любого злоупотребления изображением и голосом ребенка в эротических целях;

б) содействие принятию на добровольной основе профессиональными сообществами журналистов, телерадиовещателей, печатных СМИ, Интернет-провайдеров, провайдеров мобильной (сотовой) связи и иными профессиональными союзами этических кодексов и иных мер саморегулирования, направленных на защиту детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию (в том числе способствующей виктимизации и криминализации детей, их вовлечению в секс- и порнобизнес, в совершение преступлений и иных антиобщественных деяний);

7) содействие созданию и развитию эффективных форм общественного контроля за соблюдением прав детей на информационную безопасность с привлечением родительских и иных общественных объединений, в том числе посредством мониторинга федеральных и региональных СМИ, печатной и аудиовизуальной информационной продукции для детей (в том числе электронных игр), а также информации, распространяемой с использованием публичных зрелищных мероприятий, сети Интернет и мобильной (сотовой) связи;

8) совершенствование системы государственной поддержки производства и распространения информационной продукции для детей, способствующей их надлежащему воспитанию и гармоничному развитию.

Основные принципы Кампании:

1) принцип приоритетности прав и законных интересов ребенка в информационной сфере (в том числе права на охрану здоровья и обеспечение полноценного физического, психического, духовного и нравственного развития), перед правами и законными интересами авторов, производителей и распространителей информационной продукции;

2) принцип допустимости и правомерности ограничения прав и свобод физических и юридических лиц (в том числе свободы слова, свободы творчества, свободы распространения информации и свободы предпринимательства), в случаях, когда их осуществление нарушает права и законные интересы детей или представляет угрозу здоровью или нравственности других лиц;

3) принцип допустимости ограничения прав и свобод ребенка в информационной сфере (включая право свободно выражать свое мнение, свободу искать, получать, передавать информацию и идеи любого рода) в случаях, когда пользование ими может причинить вред самому ребенку, его нравственности, здоровью и нормальному развитию, либо нанести ущерб правам и репутации других лиц, интересам охраны государственной безопасности или общественного порядка, здоровью или нравственности населения;

4) принцип недопустимости цензуры средств массовой информации;

5) принцип признания свободы выбора и доступа совершеннолетних лиц к любой информации, распространение которой не запрещено законодатель-

ством Российской Федерации, в том числе к информации, причиняющей вред здоровью и развитию детей, при условии применения административных, технических, программных средств или иных способов недопущения доступа к ней детей;

б) принцип недопустимости унижения человеческого достоинства, нарушения прав и основных свобод других людей, особенно несовершеннолетних, в процессе свободного распространения информации с использованием информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сети Интернет) и мобильной (сотовой) связи;

7) принцип учета исторических и иных традиций и культурных ценностей общества и государства при формировании государственной информационной политики в сфере обеспечения информационной безопасности детей;

8) принцип государственной поддержки производства и распространения информационной продукции для детей, способствующей их надлежащему воспитанию и полноценному развитию, и поощрения производителей и распространителей информационной продукции, содействующих защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию;

9) принцип частно-государственного партнерства при организации деятельности в сфере обеспечения информационной безопасности детей.

Всероссийский характер Кампании предполагает максимальный охват целевых аудиторий во всех субъектах Российской Федерации с привлечением ресурсов федеральных СМИ (будь то социальная реклама или PR) и информационных спонсоров-партнеров, которые на постоянной основе могли бы осуществлять информационную поддержку проекта.

Организатор Кампании: Уполномоченный при Президенте Российской Федерации по правам ребенка.

Партнеры по Кампании:

Органы государственной власти Российской Федерации: Минобрнауки России, Минкомсвязи России, Минкультуры России, Минздрав России, Роскомнадзор, Роспечать России, другие профильные федеральные министерства и ведомства, уполномоченные по правам ребенка в субъектах Российской Федерации.

Общественные объединения: Ассоциация Уполномоченных по правам ребенка в субъектах Российской Федерации, Координационные советы в федеральных округах Уполномоченных по правам ребенка в субъектах Российской Федерации, Национальный фонд защиты детей от жестокого обращения.

Профессиональные объединения: Союз журналистов России, Гильдия издателей периодической печати, Ассоциация распространителей печатной продукции, Ассоциация кабельного телевидения России, Евразийская Академия Телевидения и Радио, Национальная ассоциация телерадиовещателей, Ас-

социация анимационного кино, Российская академия радио, Международная академия телевидения и радио, Ассоциации коммуникационных агентств России, РОЦИТ, РАЭК, Центр Безопасного интернета, Лига Безопасного Интернета, Союз ректоров России, Международный конгресс СМИ «Золотое сечение».

Средства массовой информации.

Бизнес-сообщество.

Учреждения высшего профессионального образования: МГУ имени М.В. Ломоносова, СПб Университет имени Герцена, РГГУ, МГПУ, Академия Генеральной прокуратуры РФ, Российский институт культурологи, НИЦ «Высшая школа экономики» РАО, МГГУ им. М.А Шолохова.

Научные учреждения: Академия Российского Телевидения (ТЭФИ), НИИ культурного наследия имени академика Д.Лихачева, Институт социологии РАН.

Целевые группы Кампании:

- 1) Дети (лица от 0 до 18 лет).
- 2) Их родители и иные законные представители.
- 3) Педагоги, воспитатели несовершеннолетних обучающихся и воспитанников.
- 4) Руководители органов управления образованием и образовательных учреждений для несовершеннолетних.
- 5) Представители профессионального журналистского, медиа- и Интернет-сообществ.
- 6) Студенты учреждений среднего и высшего профессионального образования (обучающиеся по специальностям журналистика; реклама; психолингвистика; детская и подростковая психология; культурология; социальная педагогика и др.
- 7) Профессорско-преподавательский состав учреждений среднего и высшего профессионального образования, обучающихся студентов по указанным выше специальностям.
- 8) Представители органов государственной власти (в том числе Уполномоченные по правам ребенка в субъектах Российской Федерации).

Задачи Кампании в отношении целевой группы «Дети»:

- ❖ Информирование о видах информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей, и ее негативных последствиях.
- ❖ Информирование о способах незаконного распространения такой информации в сетях Интернет и мобильной (сотовой) связи (в том числе путем рассылки SMS-сообщений незаконного содержания).

- ❖ Обучение правилам ответственного и безопасного пользования услугами Интернет и мобильной (сотовой) связи, в том числе способам защиты от противоправных и иных общественно опасных посягательств в информационно-телекоммуникационных сетях (от киберпреследования, кибердомогательств и иных незаконных действий в сети).
- ❖ Обучение правилам безопасности при использовании компьютерными и иными электронными играми.
- ❖ Ознакомление с международными принципами и нормами и нормативными правовыми актами РФ в сфере обеспечения информационной безопасности детей (для учащихся старших классов общеобразовательных учреждений и студентов учреждений среднего и высшего профессионального образования).
- ❖ Профилактика формирования интернет-зависимости и игровой зависимости.
- ❖ Предупреждение совершения несовершеннолетними правонарушений с использованием информационно-телекоммуникационных технологий.

Ожидаемые результаты кампании в отношении в отношении целевой группы «Дети»: дети должны научиться сделать более безопасным и полезным свое общение в медиасреде, а именно:

- ❖ критически относиться к сообщениям и иной информации, распространяемой в сетях Интернет, мобильной (сотовой) связи, посредством иных электронных средств массовой коммуникации;
- ❖ отличать достоверные сведения от недостоверных, вредную для них информацию от безопасной;
- ❖ избегать навязывания им информации, способной причинить вред их здоровью и развитию, чести, достоинству и репутации;
- ❖ распознавать признаки злоупотребления их неопытностью и доверчивостью, попытки вовлечения их в противоправную и иную антиобщественную деятельность;
- ❖ критически относиться к информации, распространяемой в СМИ и информационно-телекоммуникационных сетях;
- ❖ распознавать манипулятивные техники, используемые при подаче рекламной и иной информации;
- ❖ анализировать степень достоверности информации и подлинность ее источников;

- ❖ применять эффективные меры самозащиты от информации, причиняющей вред здоровью и развитию детей, и нежелательных для них контактов в сетях.

Задачи Кампании в отношении целевой группы «Родители (иные законные представители) несовершеннолетних детей»:

- ❖ Повышение уровня осведомленности родительской аудитории о негативном влиянии агрессивного контента СМИ и иных СМК на детскую психику и способах его предупреждения.
- ❖ Повышение уровня осведомленности о нормах № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" и других нормативных правовых актах, регулирующих вопросы информационной безопасности детей.
- ❖ Повышение уровня осведомленности о мерах юридической ответственности физических и юридических лиц за нарушение требований законодательства РФ о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.
- ❖ Обучение распознаванию признаков злоупотребления неопытностью и доверчивостью их несовершеннолетних детей, попыток их вовлечения в противоправную и иную антиобщественную деятельность.
- ❖ Обучение применению эффективных мер защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, и нежелательных для них контактов в сетях.
- ❖ Обучение навыкам защиты персональных данных и иной конфиденциальной информации о ребенке, пресечение демонстрации детей и личных отношений с их участием в унижающей человеческое достоинство форме и предупреждение любого злоупотребления изображением и голосом ребенка в эротических целях.

Используемые каналы коммуникации:

- ❖ ТВ (ролики социальной рекламы на ТВ);
- ❖ Интернет (социальная реклама, информационные материалы в Интернете);
- ❖ пресса, региональная и федеральная (тематические статьи, информационные материалы);
- ❖ наружная реклама (плакаты с социальной рекламой);

- ❖ учреждения дошкольного, общего, среднего и высшего профессионального образования (брошюры, плакаты, пособия для родителей могут распространяться через детские образовательные учреждения).

Основные мероприятия Кампании

Целевые группы	Мероприятия	Информационные материалы
Дети	<ul style="list-style-type: none"> - Специальные уроки по медиабезопасности в рамках курса ОБЖ. - Уроки по повышению правосознания школьников. - Акция «Дети против насилия на ТВ» (конкурс демотиваторов, проектов, презентаций по теме). - Мероприятия, направленные на развитие творческого начала у ребенка, прививание навыков создания собственных СМИ: <ul style="list-style-type: none"> • Конкурс авторского детского фильма «Сам себе режиссер». • Конкурс детский каналов на Youtube «У меня свое телевидение». • Конкурс детского рассказа. • Конкурс школьных газет - Подведение итогов всех конкурсов на официальном сайте кампании, торжественное награждение победителей. - Разнообразные тематические мероприятия в рамках инициатив регионов по детскому самоуправлению (например, заседание детского парламента по медиабезопасности): <ul style="list-style-type: none"> - подготовка детьми «Открытого письма к телеведущим». 	<ul style="list-style-type: none"> - Буклеты по медиабезопасности. - Книги победителей в рамках творческого конкурса. - Учебники по медиабезопасности, включающие разделы по созданию собственных СМИ. - Сайт Кампании, где дети могут ознакомиться с другими информационными материалами. - Сувенирная продукция для награждения победителям (с адресами телефонов доверия и горячих линий).

	- акция «Неделя без телевизора» и др.	
Родители	<ul style="list-style-type: none"> - Специальные тематические родительские собрания, посвященные защите ребенка от негативного контента в СМИ; - Организация голосования родителей за самую вредоносную передачу на ТВ на сайте Кампании; - Сбор подписей против деструктивных передач, подготовка жалоб в Роскомнадзор; 	<ul style="list-style-type: none"> - Специальные обучающие брошюры, рассказывающие о нормах 436-ФЗ, а также о том, как негативный контент влияет на психику ребенка. - Памятка для родителей «Как оградить ребенка от деструктивного контента в СМИ и Интернете». - Сайт Кампании, где родители могут ознакомиться с другими информационными материалами.
Учителя и воспитатели	<p>Разработка методических рекомендаций для проведения специальных занятий по основам медиабезопасности для учеников и тематических встреч с родителями.</p> <p>Проведение конференций, круглых столов по вопросам обеспечения информационной безопасности детей.</p> <p>Введение специальных разделов по медиабезопасности детей в системах среднего, высшего и послевузовского профессионального образования.</p>	Методическое пособие по медиабезопасности
Представители профессионального медиасообщества	<ul style="list-style-type: none"> - Проведение круглых столов по теме кампании с презентацией результатов исследований, проведенных на Этапе 1. - Круглый стол, посвященный проблемам применения Федерального закона № 436-ФЗ. - Создание коалиции СМИ за безопасный для детей контент. 	Брошюра по основам медиабезопасности детей, их защиты от информации, причиняющей вред здоровью и развитию ребенка.

	- Обязательные обучающие семинары для творческих сотрудников ТВ по теме влияния контента в СМИ на психику детей и многое др.	
Будущие журналисты	- курс лекций по медиапсихологии; - тематические дипломные и курсовые работы.	Методические пособия по медиапсихологии. Переводы научных и научно-практических изданий по вопросам медиабезопасности детей.
Представители органов государственной власти (в т.ч. Уполномоченные по правам ребенка в регионах России)	- круглые столы по проблемам имплементации Федерального закона № 436-ФЗ; - обучение специалистов, экспертов на местах с привлечением ведущих научных и учебных центров страны на базе Координационных советов Уполномоченных по правам ребенка в регионах России (в формате вебинаров, видеоконференций и др.).	Методические пособия для представителей органов государственной власти

Научные исследования в рамках Кампании:

- ❖ Анализ контента массовой коммуникации (наиболее рейтинговых ТВ-передач) с точки зрения соблюдения принципов информационной безопасности детей (психологический факультет, факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Медиакомитет).
- ❖ Исследование ценностно-нормативных ориентаций и правосознания несовершеннолетних и молодежи и их отношения к современной государственной информационной политике (Лаборатория социально-правовых исследований и сравнительного правоведения Юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, Экспертный совет при Уполномоченном при Президенте Российской Федерации по правам ребенка).
- ❖ Исследование ценностно-нормативных ориентаций сотрудников СМИ: анализ мотивации журналистов при создании и отборе информационной продукции (факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Медиакомитет, Международная академия телевидения и радио).

- ❖ Всероссийское исследование отношения разных референтных групп к контенту в СМИ (ВЦИОМ, Левада-центр, ФОМ).
- ❖ Всероссийский опрос ВЦИОМ по итогам первых месяцев действия закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» («Экспресс» – еженедельное исследование омнибусного типа ВЦИОМ).

Продолжительность Кампании: с 1 июня 2013 года по 1 июня 2014 года.

Этапы Кампании:

- 1) мониторинг и анализ ситуации в сфере информационной безопасности несовершеннолетних (проведение научных исследований, разработка мер предупреждения негативного воздействия на детей в современной медиасреде);
- 2) формирование концепции и плана проведения Кампании их согласование с партнерами по Кампании;
- 3) запуск Кампании;
- 4) проведение Кампании;
- 5) подведение итогов и оценка эффективности Кампании.