

*Форум цифровой безопасности  
Москва, 18 февраля 2020 г.*

**ВОЗРАСТНАЯ МАРКИРОВКА ТЕЛЕПРОГРАММ  
И РЕАЛЬНЫЕ ТЕЛЕПРОСМОТРЫ ДЕТЕЙ**



*Шариков Александр  
Вячеславович,  
профессор НИУ «Высшая  
школа экономики»*

# ***Проблемные зоны в отношениях общества и телевидения в России***

**Доминирование  
коммерческого  
интереса в  
ущерб  
общественному**

**Низкая  
культура**

**Проблема  
позитивного  
контента**

**Пренебрежение  
нормами  
морали, этики**

# **Проблемные зоны в отношениях общества и телевидения в России: коммерческий интерес**

**Доминирование  
коммерческого  
интереса в ущерб  
общественному**

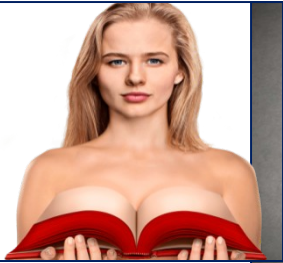
**Логика медиабизнеса – привлечение любыми средствами большой аудитории.**

**Чем больше аудитория, тем больше выручка от рекламы или подписки.**

**Эксплуатируется эмоциональная сфера, за счет чего привлекается внимание, актуализируются базовые инстинкты.**

**Нагнать аудиторию легче через демонстрацию эротики, агрессии, катастроф, «адреналина» и т.п.**

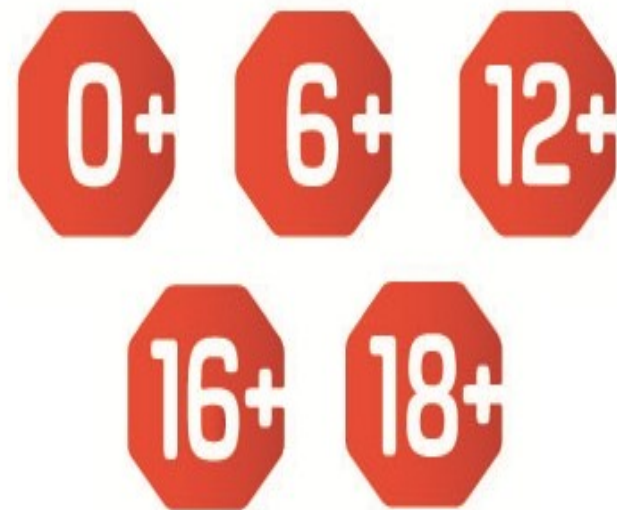
**Поэтому медиаменеджеры будут всячески сопротивляться ограничениям, стараться отменить возрастную маркировку.**



**В 2012 году вступил в силу Федеральный Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» №436-ФЗ.**

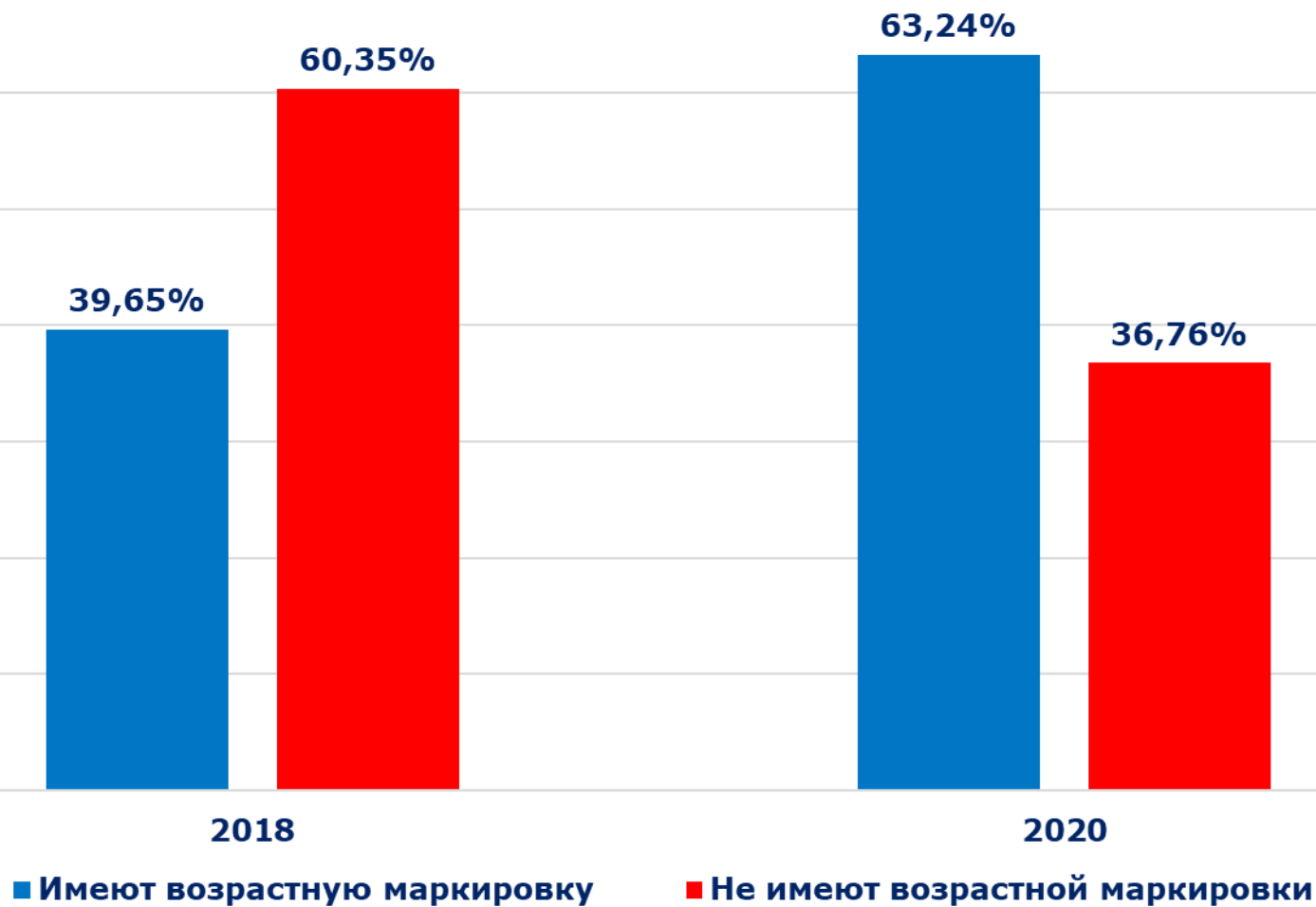
**В нем была введена маркировка информационной продукции: 0+, 6+, 12+, 16+ и 18+.**

**Закон ограничивает время трансляции по телевидению продукции с маркировкой 16+ с 7:00 до 23:00, а с маркировкой 18+ с 7:00 до 21:00. Т.е. маркировки 16+ и 18+ в интервале с 7:00 до 21:00 быть не должно.**



**В январе 2020 года был проведен анализ маркировки информационной продукции на 31 крупнейшем российском телеканале (44064 ед.)**

**Процент эфирных элементов имевших и не имевших возрастную маркировку на крупнейших российских телеканалах в январе 2018 года и в январе 2020 года**



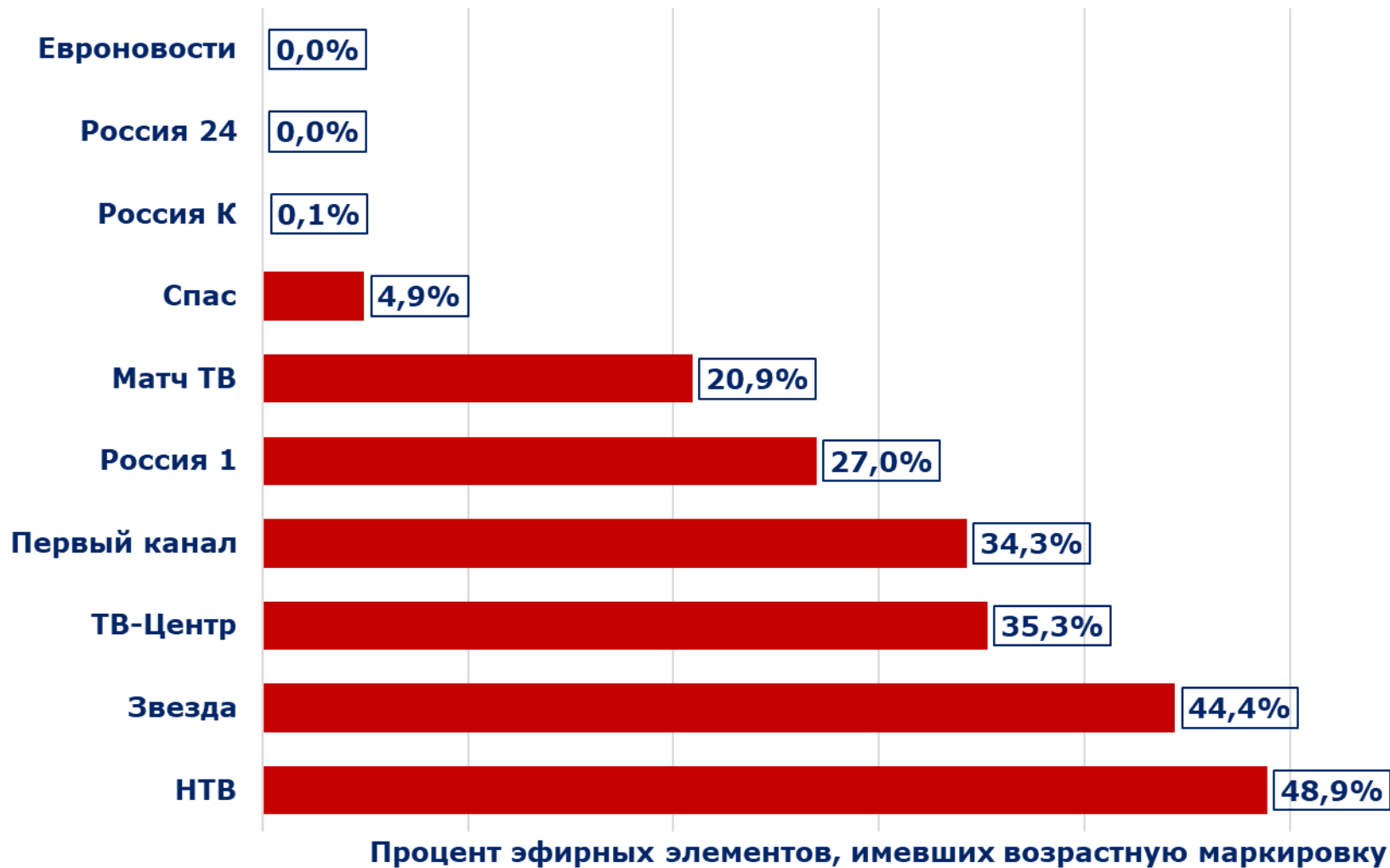
**Источник: Mediascope**

## Телеканалы - лидеры по наличию возрастной маркировки в январе 2020 года



Источник: Mediascope

## Каналы-аутсайдеры по наличию возрастной маркировки в январе 2020 года



Источник: Mediascope

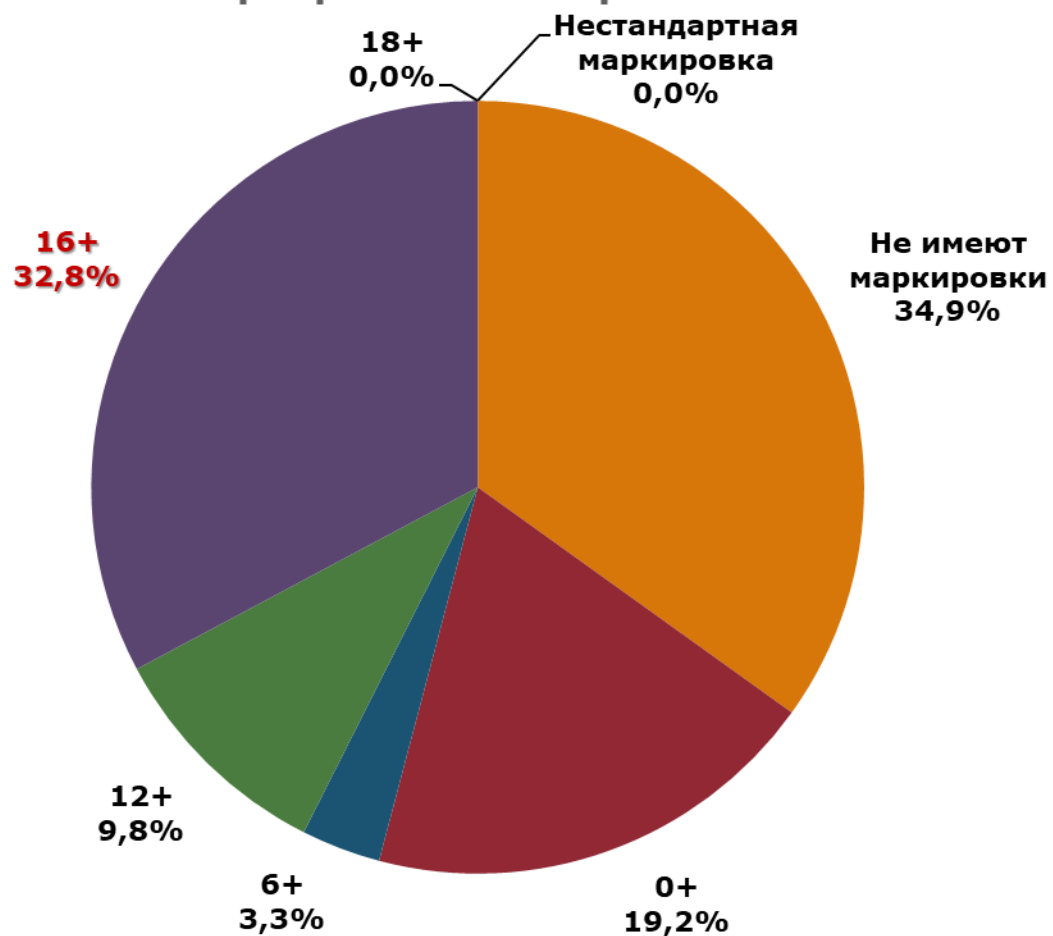
## Распределение количества эфирных элементов на крупнейших телеканалах России по типу возрастной маркировки в январе 2020 г.



Источник: Mediascope



Распределение количества эфирных элементов на крупнейших телеканалах России в интервале **7:00-21:00** по типу возрастной маркировки в январе 2020 г.



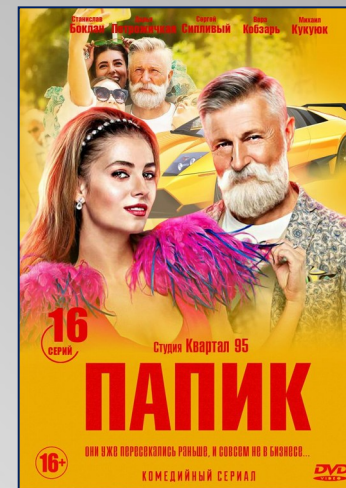
Источник: Mediascope

## Факты просмотра детьми эфирных элементов с маркировкой 16+ в интервале 7:00-21:00

**СТС. Сериал «Папик» 15 января 2020 в 18:58**

Посмотрели **537 тысяч детей** в возрасте от 4 до 15 лет включительно:

- 4-5 лет – 120 тыс. чел.
- 6-11 лет – 255 тыс. чел.
- 12-15 лет – 162 тыс. чел.



**НТВ. Сериал «Пес-4» 23 января 2020 в 19:56**

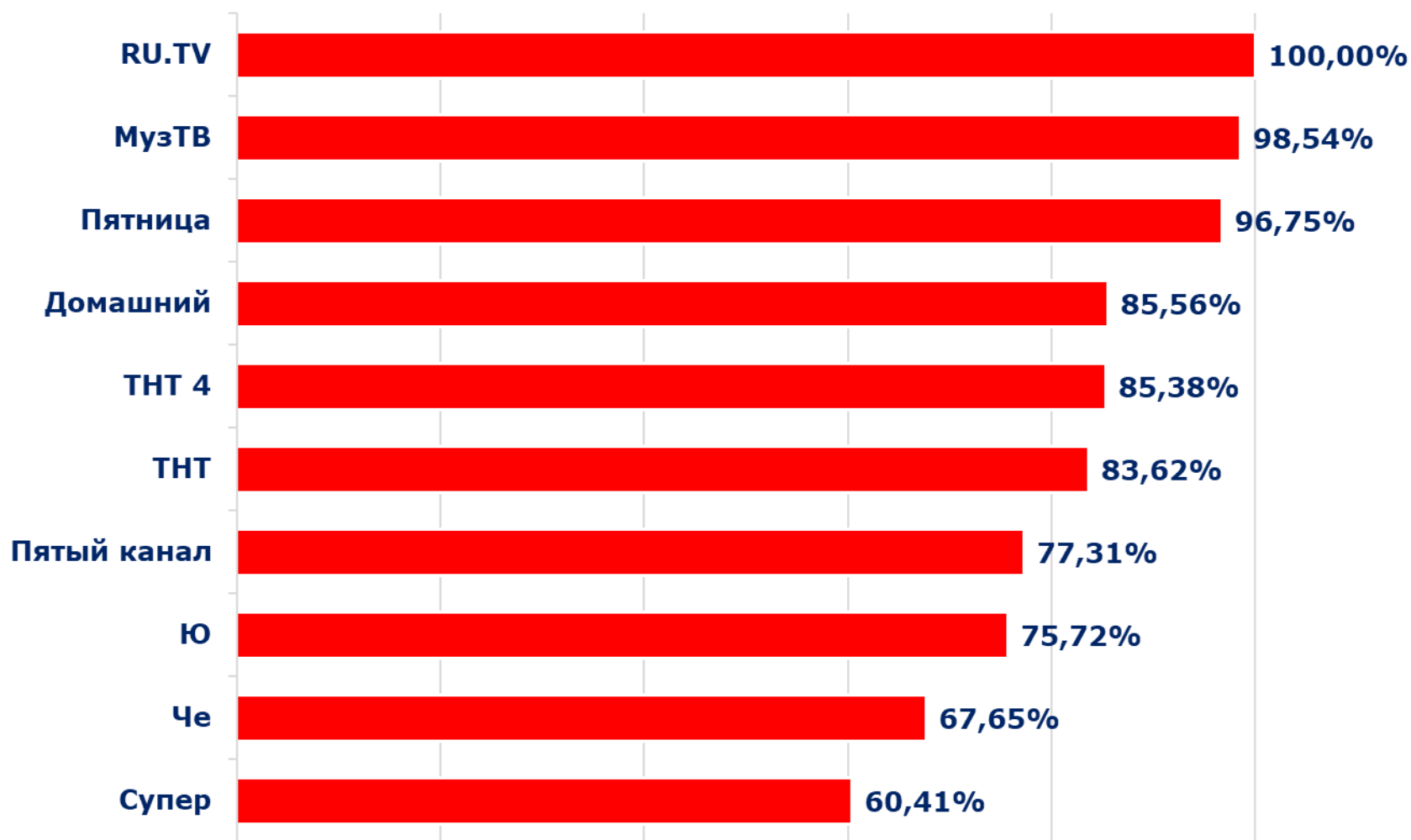
Посмотрели **439 тысяч детей** в возрасте от 4 до 15 лет включительно:

- 4-5 лет – 98 тыс. чел.
- 6-11 лет – 168 тыс. чел.
- 12-15 лет – 173 тыс. чел.



Источник: Mediascope

## Телеканалы - лидеры по количеству эфирных элементов с маркировкой 16+ в январе 2020 г.



*Источник: Mediascope*

## **ВЫВОДЫ**

- 1. В течение января 2020 года на 31-м канале более трети эфирных элементов (36,76%) не имели возрастной маркировки.**
- 2. В то же время следует отметить, что ситуация за последние два года улучшилась – в 2018 году этот процент составлял 63,24%**
- 3. Наиболее часто телеканалы используют категорию 16+. Так, в январе 2020 года данную категорию использовали 32,3%.**
- 4. Анализ показал, что в интервале 7:00-21:00 на множестве из 31-го телеканала 32,8% эфирных элементов имели маркировку 16+, что является нарушением Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» №436-ФЗ.**
- 5. В то же время нарушений в размещении эфирных событий с маркировкой 18+ не обнаружено.**
- 6. Учитывая, что аудитория все более смещается в интернет, имеющий глобальный охват, встает вопрос о запрете на всех телеканалах трансляций с маркировкой 16+ и 18+.**