

## **Рекомендации по организации учреждениями культуры Ханты-Мансийского автономного округа – Югры работы по защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию**

Учреждения культуры в соответствии с терминологией Федерального закона от 29.12.2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» являются местами, доступными для детей<sup>1</sup>; субъектами, осуществляющими оборот информационной продукции<sup>2</sup>.

В процессе оборота информационной продукции учреждения культуры должны обеспечить информационную безопасность детей, выступая, как правило, в роли производителя и (или) распространителя информационной продукции.

В настоящих рекомендациях изложены основные действия, которые необходимо осуществить учреждениям культуры с целью обеспечения информационной безопасности детей.

Общие требования к административным и организационным мерам, техническим и программно-аппаратным средствам защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию установлены приказом Минкомсвязи России от 16.06.2014 года № 161 «Об утверждении требований к административным и организационным мерам, техническим и программно-аппаратным средствам защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию». В соответствии с приказом, все учреждения должны издать локальные акты (приказы), определяющие:

### **1. Процедуры присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об информационной продукции, запрещенной для детей, в соответствии со статьями 11 - 14 Федерального закона № 436-ФЗ.**

Правом присвоения знака информационной продукции обладает производитель информационной продукции (в отношении своей информационной продукции), либо эксперт по заказу учреждения культуры (в отношении информационной продукции, производителем которой учреждение культуры не является) в соответствии с приказом Минкомсвязи России от 29.08.2012 года № 217.

---

<sup>1</sup> общественные места, доступ ребенка в которые и (или) нахождение ребенка в которых не запрещены, в том числе общественные места, в которых ребенок имеет доступ к продукции средств массовой информации и (или) размещаемой в информационно-телекоммуникационных сетях информационной продукции

<sup>2</sup> предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи;

Как распространитель информационной продукции, учреждение должно обеспечить предоставление информационной продукции, маркированной соответствующим образом аккредитованными экспертами. Федеральным законом № 436-ФЗ прямо установлено, что положения части 1 статьи 12 Федерального закона № 436-ФЗ не распространяются на печатную продукцию, выпущенную в оборот до 1 сентября 2012 года.

Учреждениям культуры в договорах с производителями и распространителями информационной продукции, заключаемых после 1 сентября 2012 года, следует предусматривать требование обязательной маркировки информационной продукции, а также могут быть определены условия об ответственности производителя, включающие право распространителя требовать возмещения убытков, понесенных в результате нарушения Федерального закона № 436-ФЗ.

В случае, если учреждение не является производителем, экспертиза информационной продукции проводится на договорной основе экспертом, экспертами и (или) экспертными организациями, аккредитованными Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, но не самим учреждением. Не могут проводить экспертизу конкретной информационной продукции эксперты, являющиеся одновременно ее производителями и (или) распространителями или их представителями.

Сведения, содержащиеся в реестре аккредитованных экспертов и экспертных организаций, также как и информация о проведенной экспертизе и ее результатах размещаются на сайте Роскомнадзора по адресу <http://rkn.gov.ru/mass-communications/p679>.

Учреждение культуры – производитель информационной продукции (издания, спектакля, концертной программы и т.п.) самостоятельно маркирует произведенную информационную продукцию. Приказом учреждения культуры следует утвердить процедуру присвоения и размещения знака в отношении произведенной информационной продукции. Целесообразно создать и утвердить коллегиальный орган, в состав которого следует включить специалиста(ов), обладающего специальными знаниями, в том числе в области педагогики, возрастной психологии, возрастной физиологии, детской психиатрии. Решения коллегиального органа следует оформлять протоколами.

Процедура размещения знака должна закрепить ответственных лиц, осуществляющих маркировку и требования к маркировке.

Следует напомнить перечень информационной продукции, которая не требует присвоения и размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения (приведена продукция, имеющая отношение к деятельности учреждений культуры):

нормативные правовые акты, затрагивающие права, свободы и обязанности человека и гражданина, а также устанавливающие правовое положение организаций и полномочия государственных органов, органов местного самоуправления;

информация о состоянии окружающей среды;

информация о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, а также об использовании бюджетных средств (за исключением сведений, составляющих государственную или служебную тайну);

учебники и учебные пособия, рекомендуемые или допускаемые к использованию в образовательном процессе в соответствии с законодательством об образовании;

периодические печатные издания, специализирующиеся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера;

информация, распространяемая посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», кроме сетевых изданий;

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

информационная продукция, имеющая значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества;

реклама.

Категория «информационная продукция, имеющая значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества» сложно применима в практической деятельности, поскольку определение понятия «культурные ценности - нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, языки, диалекты и говоры, национальные традиции и обычаи, исторические топонимы, **фольклор**, художественные промыслы и ремесла, **произведения культуры и искусства**, результаты и методы научных исследований культурной деятельности, имеющие историко-культурную значимость здания, сооружения, предметы и технологии, уникальные в историко-культурном отношении территории и объекты», данное в Основах законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1), имеет очень широкое толкование. Учитывая это обстоятельство, эту категорию рекомендуется не использовать.

Категория «Издание, специализирующееся на распространении информации общественно-политического характера» определена Роскомнадзором: «периодическое печатное издание или сетевое издание, преимущественное содержание которого составляет информация, освещающая актуальные социально-значимые вопросы и события общественной, политической, экономической, культурной жизни Российской Федерации, других стран, в том числе проблем внутренней, внешней или международной политики, путем публикации новостей, статей, мнений, интервью, критических, сатирических материалов, обзорной, аналитической, статистической и (или) иной информации по какой-либо из указанной тем».

Производители и (или) распространители самостоятельно определяют издания, не маркируемые знаком информационной продукции и утверждают

приказом учреждения. В отношении библиотечного фонда определены следующие отрасли знаний, в которых информационная продукция не требует маркировки (по рекомендации Минкомсвязи России от 22.01.2013 года № АВ-П17-531, это все разделы ББК 2 - 7, в разделе ББК 8 подразделы: 80, 81, 82, 85, 86, 87, 88, в разделе ББК 9: подраздел 91, в подразделе 92 - справочные издания).

В том случае, когда учреждение является учредителем средства массовой информации (газеты, журнала), при производстве и распространении периодических печатных изданий следует руководствоваться рекомендациями средствам массовой информации по применению Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» Роскомнадзора.

В том случае, когда учреждение выступает рекламодателем, следует руководствоваться требованиями Федерального закона «О рекламе». Не допускается размещение рекламы информационной продукции (но не рекламы иных товаров или услуг), подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ, без указания категории данной информационной продукции.

В распорядительных и рекомендательных документах определены **места расположения знака информационной продукции:**

**В печатных и электронных изданиях** знак информационной продукции должен располагаться на полосе печатной (книжной) и электронной продукции, содержащей выпускные данные, и не должен быть меньше шрифтов, используемых на этой полосе. Знак может дублироваться на обложке книги, коробки, бокса. Если книжная продукция запрещена для детей, соответствующий знак («18+») должен быть обязательно размещен на обложке.

Аналогичный знак информационной продукции должен быть размещен на карточках печатного справочно-библиографического аппарата, и в электронных базах данных.

**В периодических печатных изданиях** знак информационной продукции указывается на первой полосе периодического печатного издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске периодического печатного издания.

Знак информационной продукции по размеру не должен быть меньше логотипа издания или шрифтов, используемых на полосе, при этом шрифт знака информационной защиты по начертанию, цвету должен отличаться от основного шрифта и цветных подложек, используемых на первой полосе периодического печатного издания.

Выпуск и распространение периодических печатных изданий, специализирующихся на распространении информации общественно-политического или производственно-практического характера, допускается без размещения знака информационной продукции.

**На рекламе, входных билетах** размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади афиши или иного объявления о проведении соответствующего зрелищного мероприятия, объявления о кино - или видеопозае, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющих право посещения такого мероприятия.

**В сетевых изданиях** знак информационной продукции указывается на главной странице сетевого издания и должен соответствовать самой старшей возрастной категории информационной продукции, распространяемой в данном выпуске. Знак информационной продукции должен располагаться в верхней части главной страницы, по размеру должен быть не меньше 75% от заголовка второго уровня или не меньше размеров шрифта основного текста с применением полужирного начертания, или не меньше 20% от основной информационной колонки. По цвету знак информационной продукции должен соответствовать или быть контрастным цвету заголовка издания. Новостная лента знаком информационной продукции не маркируется. Не маркируются комментарии и (или) сообщения, размещаемые по своему усмотрению читателями сетевого издания на сайте такого издания.

**При кино- и видеообслуживании** размещение знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об ограничении ее распространения среди детей перед началом демонстрации фильма осуществляется демонстратором фильма на основании сведений, указанных в прокатном удостоверении фильма.

Размер знака информационной продукции должен составлять не менее чем пять процентов площади экрана, афиши или иного объявления о кино- или видеопозае, а также входного билета, приглашения либо иного документа, предоставляющего право посещения демонстрации фильма. При размещении знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об ограничении ее распространения среди детей перед началом демонстрации фильма на экране знак информационной продукции размещается в центре экрана, продолжительность его демонстрации должна составлять не менее 10 секунд.

**2. Условия присутствия в соответствии с законодательством Российской Федерации детей на публичном позае, при публичном исполнении, демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции, запрещенной для детей, в случае их организации и (или) проведения.**

В этом локальном акте учреждению следует определить условия присутствия детей на зрелищных мероприятиях, не соответствующих их возрастным категориям (запрещено посещение, ограничено по возрастным категориям, разрешено в присутствии родителей или иных законных представителей детей и т.д.).

**3. Дополнительные требования к обороту информационной продукции, запрещенной для детей, и ее фрагментов, распространяемых посредством эфирного и кабельного, теле- и радиовещания, сети**

«Интернет» и сетей подвижной радиотелефонной связи, в местах доступных для детей в соответствии со статьями 13, 14 и 16 Федерального закона № 436-ФЗ.

Дополнительные требования устанавливаются к условиям доступа детей к информационной продукции на автоматизированных рабочих местах учреждений:

1. многоуровневой системе контент-фильтрации: оператор связи в соответствии с Единым реестром сетевых адресов, содержащим информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено; учреждение посредством программного обеспечения, обеспечивающего фильтрацию информации экстремистского характера, черных списков и др.; универсальное автоматизированное место (для взрослых и детей), которое должно обеспечивать переключение режимов безопасности, либо установку специализированных автоматизированных мест для детей;

2. использованию электронных полнотекстовых ресурсов, требующему подтверждения возрастной категории пользователя.

В договоре с оператором связи, предоставляющим телекоммуникационные услуги, следует предусмотреть требования к контент-фильтрации.

При распространении книжных изданий посредством сети Интернет должны предусматриваться меры, направленные на подтверждение пользователем сайта своего возраста, упреждающие возможность ознакомления и (или) получения информационной продукции, не соответствующей его возрастной категории.

В случае заключения письменного договора с потребителем услуги, условия доступа к информационной продукции на автоматизированных рабочих местах устанавливаются в договоре и подтверждаются подписью одного из родителей или иных законных представителей детей и т.д.).

Учитывая, что учреждения культуры являются владельцами доменных имен сайтов, размещенных в сети Интернет, следует учитывать, что сайт подлежит возрастной классификации только в том случае, если является сетевым изданием и зарегистрирован в качестве средства массовой информации.

**4. Меры защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, направленные на повышение осведомленности лиц, находящихся в месте оборота информационной продукции, запрещенной для детей, о необходимости обеспечения информационной безопасности детей и защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию.**

Приказ устанавливает систему мер, предусмотренную учреждением по информированию потребителей о действующих нормах по обеспечению информационной безопасности детей и защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию в РФ, субъекте и учреждении. Система мер может предусматривать информирование

потребителей в помещениях (на информационных стендах, в зонах, доступных для потребителей), на официальном сайте учреждения.

В информации должны содержаться:

сведения о месте расположения знака информационной продукции на издании, иных средствах защиты детей, применяемых учреждением,

условия упаковки издания в прозрачную (непрозрачную) пленку (в случае применения учреждением), если издание содержит иллюстрации на обложке издания, относящиеся к информации, запрещенной для детей (если такая мера учреждением предусмотрена).

Особенно тщательно к системе информирования следует относиться библиотекам, в которых осуществляется библиотечное обслуживание всех возрастных категорий пользователей в помещениях с открытым доступом к библиотечному фонду. Мало того, размещение библиотечного фонда в открытом доступе потребует от библиотек маркировки всех изданий, размещенных в открытом доступе (за исключением той, которая не требует присвоения и размещения знака информационной продукции), несмотря на то, что размещение знака печатной продукции, выпущенной до дня вступления в силу Федерального закона № 436-ФЗ не требуется.

#### **5. Процедуры, направленные на предотвращение, выявление и устранение нарушений законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию.**

Приказ предусматривает:

назначение работника, ответственного за применение административных и организационных мер защиты детей, учитывающих специфику работы учреждения и за проверку порядка их применения;

ознакомление работников, в трудовые обязанности которых входит организация и осуществление оборота информационной продукции, запрещенной для детей, с положениями законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, с локальными актами, изданными учреждением;

процедуры осуществления внутреннего контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации, соответствием применяемых административных и организационных мер защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, локальным актам, изданным учреждения. Процедуры внутреннего контроля должны предусматривать:

рассмотрение в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня получения, обращений, жалоб или претензий о нарушениях законодательства Российской Федерации о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, включая несоответствие применяемых административных и организационных мер защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, Требованиям, а также о наличии доступа детей к информации, запрещенной для распространения

среди детей, и направление мотивированного ответа о результатах рассмотрения таких обращений, жалоб или претензий;

установление в течение десяти рабочих дней со дня получения обращений, жалоб или претензий о наличии доступа детей к информации, запрещенной для распространения среди детей, причин и условий возникновения такого доступа и принятие мер по их устранению.

**Перечень нормативных, распорядительных и рекомендательных документов, использованных при подготовке рекомендаций:**

1. Федеральный закон от 29.12.2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»,
2. Рекомендации по применению Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» в отношении печатной (книжной) продукции (утв. Минкомсвязи России 22.01.2013 N АВ-П17-531),
3. Приказ Минкомсвязи России от 29.08.2012 г. № 217 «Об утверждении порядка проведения экспертизы информационной продукции в целях обеспечения информационной безопасности детей»,
4. Приказ Роскомнадзора от 24.08.2012 г. № 824 «Об утверждении Порядка аккредитации экспертов и экспертных организаций на право проведения экспертизы информационной продукции»,
5. Приказ Минкультуры России от 16.08.2012 г. № 893 «Об утверждении Порядка размещения знака информационной продукции и (или) текстового предупреждения об ограничении ее распространения среди детей перед началом демонстрации фильма при кино- и видеообслуживании»,
6. Информация Роскомнадзора от 15.11.2012 г. «Об определении понятия "издание, специализирующееся на распространении информации общественно-политического характера»,
7. Информационное сообщение Роскомнадзора «Рекомендации средствам массовой информации по применению Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»,
8. Концепция информационной безопасности детей Роскомнадзора (проект) // <http://rkn.gov.ru/mass-communications/p700/p701/>