

# ИНФОРМАЦИОННО-ПОИСКОВЫЕ ЯЗЫКИ И СИСТЕМЫ

УДК 002:34

Т. А. Бахтурина

## **Знак информационной продукции: проблемы исполнения Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»**

*Рассмотрен новый элемент оформления выходных сведений информационной продукции и новый элемент библиографической записи – знак информационной продукции. Проанализированы проблемы его внедрения в библиотечное и издательское дело.*

**Ключевые слова:** знак информационной продукции, размещение, содержание, правила оформления, классификация возрастных ограничений, место в библиографической записи.

1 сентября 2012 г. вступил в силу Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Закон ввёл в обращение новый термин, новый элемент оформления выходных сведений информационной продукции и новый элемент библиографической записи – *знак информационной продукции*.

Квалифицированный каталогизатор/библиограф никогда не ограничивается узкими практическими задачами составления описания, он не просто переносит элементы оформления выходных сведений в соответствующее место библиографической записи. Каталогизатор действует осознанно, анализирует, что это за элемент, что он означает, какова его роль в издании, каким целям он служит, какими законами/стандартами регламентируется. Особенно, если это новый элемент. Вот почему мы так подробно рассказываем о термине *знак информационной продукции*, истории его возникновения, типологии изданий, в которых он должен размещаться, о его месторасположении, размере и дизайне.

Закон имел большой, взрывной резонанс в самых разных слоях общества и в самых различных, порой неожиданных аспектах.

Несмотря на то, что официально Закон опубликован 31 декабря 2010 г., общественность оказалась не подготовленной к его исполнению. Возникло множество проблем и вопросов; чтобы ответить на них, создавались рекомендации, проводились совещания, давались разъяснения в печати.

### **Проблема № 1 – Сфера действия Федерального закона**

Сфера действия Закона имеет множество аспектов – правовых, экономических, психологических, типологических, терминологических; он затрагивает широкий круг заинтересованных лиц и организаций: издателей, писателей, психологов, книгораспространителей, книготорговцев, библиотекарей (комплектаторов, каталогизаторов, работников обслуживания), педагогов, родителей.

Федеральный закон распространяется на отношения в сфере информационной продукции: предназначенную для оборота на территории Российской Федерации продукцию средств массовой информации, печатную, аудиовизуальную продукцию на любых видах носителей, программы для ЭВМ и базы данных, а также информацию, распространяемую посредством зрелищных мероприятий, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе Интернета, и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Федеральный закон не распространяется на отношения в сферах:

- 1) оборота информационной продукции, содержащей научную, научно-техническую, статистическую информацию;
- 2) распространения информации, недопустимость ограничения доступа к которой установлена

Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 149–ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и другими федеральными законами;

3) оборота информационной продукции, имеющей значительную историческую, художественную или иную культурную ценность для общества;

4) рекламы.

Расширительное толкование сферы распространения Закона чиновниками привело к тому, что сбитые с толку издатели, первоначально не предполагавшие, что он коснётся книжного бизнеса, стали маркировать и те издания, на которые Закон не распространяется, размещая знак в таких местах издания и в такой форме, которая не предусмотрена. Ещё менее понятна ситуация в отношении критериев оценки фондов библиотек, ответственности библиотечных работников и организации доступа детей разных возрастных категорий к книгам и аудиовизуальным произведениям, находящимся в библиотеках.

Рекомендации Минкомсвязи России, выработанные при участии Роспечати, ведущих издательских домов, библиотечного сообщества, были призваны упорядочить возникший хаос и добавили в этот перечень учебники и учебные пособия; издания, содержащие нормативные правовые акты, информацию о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления; издания, содержащие информацию о состоянии окружающей среды.

В результате стало ясно, какие издания не маркируются – к четырём позициям Закона добавились ещё четыре. Это, наверное, 90% всей продукции, но тогда не понятно, зачем создавались Закон, подзаконные акты, классификации изданий и детских возрастов, проходили бурные обсуждения. Достаточно было одним знаком обозначить взрослую продукцию, запрещённую для детей. В первой статье Закона эти 10 % определяются одной фразой: защита детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, в том числе от той, которая содержится в информационной продукции.

## **Проблема № 2 – Знак информационной продукции**

**Уязвимость термина.** Само название термина – спорное и даже неправильное: этот ограничительный *знак* – понятие гораздо более узкое, чем широкий термин *продукция*. Содержательно знак относится только к одному аспекту продукции – читательского, возрастного назначения (адреса), т.е. это знак ограничения, защиты от продукции и т.п., но не знак самой продукции. Создаётся впечатление, что первоначально было: «Знак возрастного ограничения в информационной продукции», а потом укоротили слишком длинный термин, «выплеснув ребёнка». Поскольку Закон – о защите детей, наверное, было бы более логично назвать знак так – «знак защиты».

А пока, чувствуя несовершенство термина, его называют и «знак информационной защиты», и «метки, символизирующие возрастные ограничения», и «сведения об информационной безопасности (ИБ)», и «информация по возрастной классификации».

Знак информационной продукции – графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с её классификацией.

Производитель и (или) распространитель обозначают категории информационной продукции знаком и (или) текстовым предупреждением об ограничении её распространения среди детей с соблюдением требований Федерального закона следующим образом:

1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, – цифрой «0» и знаком «плюс» (0+);

2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, – цифрой 6 и знаком «плюс» (6+) и (или) текстовым предупреждением: «для детей старше шести лет»;

3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, – цифрой «12» и знаком «плюс» и (или) текстовым предупреждением – «для детей старше 12 лет»;

4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, – цифрой «16» и знаком «плюс» (16+) и (или) текстовым предупреждением – «для детей старше 16 лет»;

5) применительно к категории информационной продукции, запрещённой для детей, – цифрой «18» и знаком «плюс» (18+) и (или) текстовым предупреждением – «запрещено для детей».

**Неточности в определении компонентов знака:** в виде цифры «0» и знака «плюс», цифры «18» и знака «плюс». Получается, знак состоит из цифры и знака.

Кроме того, главный компонент знака – не цифра, а число. Цифра – знак для обозначения числа, число – понятие, служащее выражением количества, то, при помощи чего производится счёт предметов и явлений. Число состоит из одной и более цифр: 18 – две цифры, 1 и 8 изображаются одной.

### **Проблема № 3 – Возрастные категории**

Согласно Федеральному закону, все материалы должны быть маркированы по вышеперечисленным возрастным категориям.

Эта классификация примерно соответствует принятому делению детства на возрастные периоды:

- 1) младенческий – от рождения до 1 года;
- 2) преддошкольный возраст – от 1 года до 3 лет;
- 3) дошкольный возраст – от 3 до 7 лет;
- 4) [младший школьный возраст](#) – от 7 до 11/12 лет;
- 5) средний школьный возраст (подростковый) – от 12 до 15 лет;
- 6) старший школьный возраст (юношеский) – от 15 до 18 лет.

Старше 18 лет – взрослые.

Обе классификации страдают субъективизмом в определении возрастной категории: например, в классификации Закона в одной группе – и шестилетние малыши-дошкольники и одиннадцатилетние школьники-пятиклассники, (получается, что 12-летним можно то, что нельзя 11-летним). А как отличить 12-летнего от 11-летнего? По внешнему виду – росту, весу? По метрике? По внутреннему состоянию и развитию семилетки могут быть более продвинутыми и эрудированными, чем те, кто старше.

### **Проблема № 4 – Место расположения в выходных сведениях издания**

Этот знак не просто «вита в воздухе», но и появлялся на книгах ещё до выхода Закона – в кружочках, уголочках – и обозначал класс школы или возраст ребёнка.

Использовались все числа, а не только определённые законом пять категорий: 0+, 6+, 12+, 16+, 18+. Многие издатели и сейчас выставляют на обложках любые из чисел в пределах 18.

Такие же знаки ставят на упаковках с кормом для кошек и собак: RoyalCanin 12+ (полнорационный сухой корм подходит стареющим стерилизованным кошкам старше 12 лет); Омега 6+ (корм для собак старше шести лет).

Согласно Закону, знак информационной продукции (значок с указанием возраста «0+», «6+», «12+», «16+» и «18+») должен располагаться на печатной (книжной) полосе, содержащей выходные сведения, и не должен быть меньше шрифтов, используемых на этой полосе. Знак может дублироваться на обложке книги. Если книжная продукция запрещена для детей («18+»), соответствующий знак обязательно должен присутствовать на обложке.

**Выходные сведения и выпускные данные.** Неточная формулировка в Законе: «на полосе печатной (книжной) продукции, содержащей выходные сведения». По ГОСТу Р 7.0.3–2006 «Издания. Основные элементы. Термины и определения», выходные сведения определяются как составная часть аппарата издания, содержащая совокупность данных, всесторонне характеризующих издание и предназначенных для информирования потребителей, библиографической обработки и статистического учёта изданий. В примечании указано, что состав, место расположения выходных сведений и требования к ним определены [ГОСТом Р 7.0.4](#). Место расположения включает в себя титульный лист (основная титульная страница, концевая титульная страница, совмещённый титульный лист и др.), оборот титульного листа, контртитул, выпускные данные, надвыпускные данные, страницы обложки, стороники переплёта.

Из положений стандартов видно, что выходные сведения располагаются во множестве мест, а Закон определяет одно конкретное, одну полосу издания, и это та полоса, как следует из контекста, на которой помещены выпускные данные.

Выпускные и предшествующие им надвыпускные данные выступают всегда в связке, являются составной частью выходных сведений и располагаются на концевой странице издания или на заменяющем её элементе, чаще всего – на обороте титульного листа.

И поскольку знак информационной продукции аналогичен категории надвыпускных данных «вид издания по целевому назначению», то и располагается он, как правило, на концевой странице издания или (в порядке исключения) – на обороте титульного листа. Иногда (это нарушение) издатели помещают его в макете аннотированной карточки.

По Закону знак должен размещаться на первой странице обложки журнала. В журнале «Вокруг света», например, на с. 12 после сведений о редколлегии в левом нижнем углу можно обнаружить надпись мелкими буквами: Информационная продукция от 12 лет и старше. Кружочка нет. Зато на следующей странице с рекламой Ситроена в верхнем левом углу помещено в кружке «18+», хотя Закон не распространяется на рекламу. При этом нарушено положение о дизайне знака:

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

### **Проблема № 5 – Экспертиза информационной продукции**

Экспертиза информационной продукции проводится экспертами и (или) экспертными организациями, аккредитованными федеральным органом исполнительной власти, по инициативе органов государственной власти, органов местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, общественных объединений, граждан на договорной основе. В случае несогласия с результатами экспертизы заинтересованное лицо вправе оспорить экспертное заключение в судебном порядке.

Издателей тревожит субъективизм экспертов при определении возрастных категорий и типологии изданий, подлежащих маркировке. Они опасаются, как бы исполнение этого Закона не довели до абсурда и не превратили его в способ идеологического и экономического воздействия на издателей литературы.

**Местознака информационной продукции в библиографической записи.** Знак информационной продукции – это обозначение читательского адреса, категория одной из групп сведений, относящихся к заглавию, поэтому сведения о знаке отражают в области заглавия – в квадратных скобках.

При разночтении между сведениями о знаке информационной продукции в выпускных данных и на обложке/переплёте, это можно отразить в примечании.