

Пространство безопасности

Разработаны критерии позитивного контента для детей

Авторы:

Урван Парфентьев,
кандидат политических наук, координатор Центра
безопасного интернета в России, ведущий аналитик РОЦИТ

Виктория Бунчук,
руководитель проектов фонда «Разумный интернет»



•• Как отличить качественный детский ресурс от «проходного», формального, примитивного? На сегодняшний день в большей степени это определяется интуитивно. Так, эксперты Всероссийского конкурса детских и молодежных проектов «Позитивный контент», который уже в течение 8 лет проводят Координационный центр национальных доменов .RU\РФ, Фонд Развития Интернет, фонд «Разумный интернет» и РОЦИТ, профессионально рассматривают каждый ресурс, опираясь на свой практический опыт. Но как быть в том случае, если на создание интернет-проектов будет выделяться государственное финансирование? В этом случае необходим набор объективных критериев, которые помогут обосновать тот или иной выбор. Эксперты при детском омбудсмене сделали попытку разработать такие критерии. Оставляя свободу для творчества, они определили, чего на детских ресурсах быть не должно.

Недетские проблемы детского контента

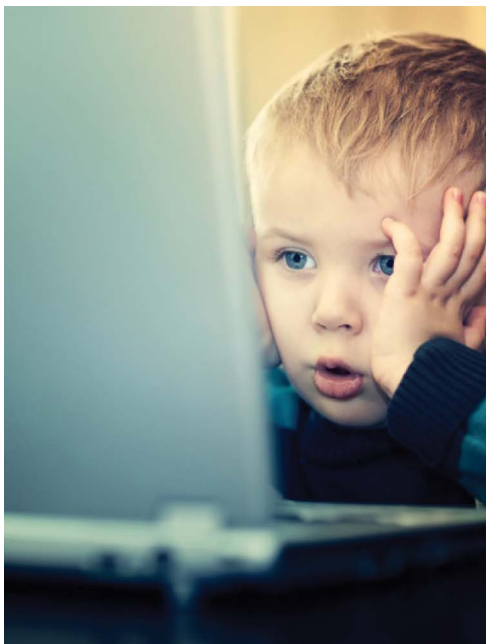
Уже в начале 2010-х годов вопрос массового наполнения интернета контентом, выполненным качественно и прямо рассчитанным на образование и развлечение детей, стал приоритетным для решения проблемы детской интернет-безопасности на европейском уровне, вплоть до того, что термин «безопасный интернет» (safer Internet) стал уступать место понятиям «позитивный интернет», «лучший интернет» (better Internet). В силу тесного взаимодействия ключевых отечественных проектов в области интернет-безопасности с аналогичными инициативами в Европе этот тренд пришел и в Россию. Тем не менее опыт отбора и продвижения позитивного интернет-контента в последние пять лет показал, что в этой сфере есть целый ряд серьезных проблем. Главная из них – как совместить привлекательное исполнение ресурса с реально позитивным контентом. Опыт конкурсов интернет-проектов, рассчитанных на детскую аудиторию, демонстрирует четкую диспропорцию: сайты с великолепным дизайном и графикой зачастую не подходят для детской аудитории по контенту и идее.



И наоборот: те команды, которые в соответствии со своим опытом и знаниями действительно могут создавать «детский» контент, не имеют ресурсов придать ему «вау-эффект» и поэтому представляют его в лучшем случае через бесплатные конструкторы сайтов, а то и вообще в соцсетях. Соединить авторов с дизайнерами, как правило, пока не получается.

Польза

Новые возможности для решения этой проблемы открылись с объявлением «Десятилетия детства» – комплексной стратегии, в рамках которой планируется заняться многими детскими потребностями. В рамках этой стратегии Рабочая группа по информационной безопасности детей Обще-



нения информации – его изначально делали подходящим и для печатной продукции, и для радиопрограмм, и для электронных медиа. В этом помог экспертный анализ существующих программ поддержки позитивного контента и конкурсов. Для интернета многое было взято из правил конкурса «Позитивный контент».

Позитивный контент предлагается оценивать не просто как контент. Оценке подлежит проект как совокупность собственно контента, его дизайна, удобства использования и безопасности. Собственно, к контенту директивных требований немного, и сформулированы они достаточно общим образом. Речь идет в основном о познавательной, образовательной или развлекательной направленности.

Опыт конкурсов интернет-проектов, рассчитанных на детскую аудиторию, демонстрирует четкую диспропорцию: сайты с великолепным дизайном и графикой зачастую не подходят для детской аудитории по контенту и идее. И наоборот: те команды, которые действительно могут создавать «детский» контент, не имеют ресурсов придать ему «вау-эффект».

ственного совета при Уполномоченном при Президенте РФ по правам ребенка предложила пересмотреть программу господдержки позитивного контента. В частности, по мнению экспертов, контракт на поддержку ресурса должен заключаться на срок больший, чем год. Тогда у проекта появляется стабильность, и он получает возможность собрать качественную команду.

Были разработаны «Критерии» позитивного контента. Именно они предлагаются в качестве базового документа, по которому эксперты будут принимать решение о том, действительно ли проект подходит для детской\подростковой аудитории. Этот универсальный документ применим ко всем основным способам распростра-

Тем не менее авторы конкретизируют понятие «социальная значимость» как способствование развитию гармоничной личности, позитивного мышления, вдохновения, творчества и этики, вовлечение детской и молодежной аудитории в активную жизнь, обращение к темам, так или иначе связанным с обществом, отдельными сообществами, а также с группами людей с особыми потребностями. С учетом того, что направленность контента сформулирована достаточно общими словами, в проекте появляется более конкретное условие: контент должен повышать уровень образованности целевой аудитории, обогащать ее новыми идеями и навыками. Сюда же входит и повышение цифровой грамотности.

Удобство

Другие требования можно охарактеризовать как технические, и вот они сформулированы достаточно конкретно. Во многом потому, что именно они определяют восприятие контента в частности и информационного продукта в целом. Для начала, разделы длящегося или периодического проекта должны регулярно пополняться новыми материалами. Другое важное требование – грамотный русский язык.

В плане дизайна предполагается, что графика должна быть высокого качества (включая иллюстрации), шрифты должны быть удобными для восприятия, а иллюстративные элементы – не вызывать негативных эмоций, страха, депрессии. Цвета не должны быть кричащими и не сочетаться друг с другом. Важно, чтобы элементы контента были расположены логично и дополняли друг друга. Отсюда возникают требования к юзабилити: должна быть понятной и структура, и качественная навигация, чтобы пользователи с легкостью находили необходимые элементы и\или разделы, а в интернет-проектах легко возвращались на главную страницу проекта или переходили на другие страницы. Учтен и такой фактор, как звуковое сопровождение – пользователю надо дать возможность отключать или включать различные интерактивные

элементы, в том числе звук. Игровые проекты должны отличаться простотой управления. Особо оговаривается удобство восприятия – чтения, просмотра или прослушивания. Для интернет-проектов, скажем, в этих целях прямо оговаривается мультиплатформенность и быстрота загрузки, включая наличие лайт-версий для медленного интернета.

Особо оговаривается возможность использования позитивных контент-проектов детьми с ограниченными возможностями. Текст должен быть достаточно контрастным по отношению к фону, иметь опцию озвучки и масштабирования до 200% без потери качества. Желательно также текстовое представление нетекстового контента. Для интернет-проектов предусматривается возможность управления контентом при помощи только клавиатуры.

Безопасность

Достаточно много требований выдвигается к контентной безопасности. Они опираются на положения Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью или развитию», а также Международного пакта о гражданских и политических правах. Отнесение контента к позитивному в целях господдержки требует обязательной возрастной маркировки информационной продукции. Этот пункт касается скорее





интернета, так как для офлайна наличие возрастной маркировки и так обязательно. Маркировка контента отсылает к соответствующим законодательным требованиям.

Позитивный контент обязан иметь определенные механизмы защиты пользователей от противоправного воздействия. Те разделы, которые наполняются пользователями самостоятельно, должны модерироваться таким образом, чтобы пресечь публикацию контента, недопустимого для данной целевой аудитории. Также проект должен иметь сервис сообщений о негативном поведении или контенте, причем устанавливаются требования к рассмотрению и реагированию на них. Предусматривается также наличие информации о безопасном использовании интерактивных элементов: правила использования сервисов, правила общения с другими пользователями, информация о защите персональных данных. Регистрация в интерактивных разделах, не говоря уже о каких-либо платежах, возможна только с разрешения родителей.

В «Критериях» уделяется очень большое внимание безопасности персональных данных. Проект дол-

жен четко и понятно информировать пользователя о целях и причинах сбора личной информации, а также о гарантиях безопасности собираемых данных. Запрещается сбор персональных данных несовершеннолетних без согласия родителей. Проектам, нарушающим законодательство о персональных данных, путь в сообщество «позитивных» закрыт, причем дефиниция нарушений довольно подробна.

Уделяется также внимание вопросу рекламы в детских ресурсах. Са-



мое главное: содержание рекламного объявления должно соответствовать целевой аудитории ресурса, требованиям закона, а также нормам русского языка. Рекламные баннеры, тизеры и другие формы рекламных объявлений не должны занимать более 10% содержания проекта. Проект не будет отнесен к позитивному контенту для детей, если содержание рекламы не соответствует заявленной целевой аудитории, не отвечает моральным и нравственным нормам (подробная расшифровка которых имеется), а также если реклама не контролируется или не модерируется владельцем/администратором сайта (чаще всего это касается контекстной рекламы).



ских доменных зон, в частности .RU, .РФ, .SU, .ДЕТИ. Если интернет-проект создан с помощью так называемого конструктора (например, Ucoz или Wix), то к нему также должен быть привязан адрес в одной из российских доменных зон.

Позитивный контент предлагается оценивать не просто как контент. Оценке подлежит проект как совокупность собственно контента, его дизайна, удобства использования и безопасности.

Отдельно авторы «Критериев» обратили внимание на недопустимость «вставать на плечи гигантов». Названия или доменные имена проектов не могут быть сходны до степени смешения с иными популярными объектами информационной продукции – по крайней мере, без соответствующего разрешения от правообладателей. Нарушения авторских прав «в общем и целом» тоже упомянуты в «Критериях». Для интернет-проектов отдельно оговаривается еще такой аспект, как программно-техническая чистота: в них не должно быть вирусов, троянов и прочих зловредов.

К чисто юридическим аспектам «Критериев» относится необходимость присутствия проекта в юрисдикции Российской Федерации. Для интернета, в силу его глобальности, есть дополнительные требования: в российской юрисдикции должны находиться и интернет-составляющие проекта. Например, доменное имя проекта должно находиться в одной из россий-

Стандарт качества

В целом, составленные экспертами Рабочей группы «Критерии» призваны повернуть контентные сервисы лицом к юным пользователям. Детализированные требования в области дизайна, удобства в использовании и безопасности стремятся сформировать «пространство безопасности». Отличительной особенностью «Критериев» и подобных документов является детальная проработка вопросов, связанных с рекламой и персональными данными. Эта тема – вообще тренд последних двух лет, особенно с учетом укоренения идеи о том, что почти любая информация о человеке есть его персональные данные. Если новые условия господдержки позитивного контента начнут работать, такие нормативные документы помогут повысить их эффективность. А в ином случае – зададут общепромышленный стандарт качественной информационной продукции для подрастающего поколения.