

# Алтернативи за защита на детската телевизионна аудитория в рамката на медийната регулация

**гл.ас. д-р Катя Михайлова**

*УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“*

*e-mail: katiajivkova@yahoo.com*

**Резюме:** Статията е посветена на една от най-значимите и актуални социални теми, а именно: закрилата на децата. Проблемът е поставен и анализиран в рамката на взаимовъздействията между младите хора и медиите. Целта е да се задълбочи разбирането за уязвимостта на децата като аудиторна група и да се посочат ефективни механизми за предпазването им от медийните съдържания с възможно вредно за тях въздействие. Основната теза е, че защитата на децата в дигиталната ера е възможна в ко-регулирана аудиовизуална среда, в която концепцията за медийна грамотност е не само теоретично обяснявана, но и практически прилагана.

**Ключови думи:** деца, уязвими аудитории, вредно медийно съдържание, медийна регулация.

**М**едийната среда, независимо дали е традиционна или нова, комерсиална или дефинирана като общественополезна, съдържа следните основни компоненти: медии (печат, радио, телевизия, интернет), послания (вестници, телевизионни и радиопрограми, интернет страници), ау-

дитория (сборът от зрители, слушатели, читатели, потребители), регулаторна система (орган/и и инструменти). Комуникативните процеси и въздействията между субектите са двупосочни. Въпросът е кой е по-силен: 1) медиите, които имат властта чрез посланията си да влияят върху публиките и да формират общественото мнение и поведение; 2) аудиториите, които чрез избора си имат властта да влияят върху медийното съдържание и дори да подредят собствен програмен пъзел; или 3) регулаторната система, която, основавайки се на законови правомощия, има властта и задължението да регулира взаимоотношенията в медийната среда с цел защита на правата и интересите на всички страни. Теоретични аргументи в подкрепа и на трите възможни отговора със сигурност могат да бъдат приведени<sup>1</sup>.

Предвид целта на тази статия, а именно: **да изведе приложими алтернативи за ограничаване на възможните вредни телевизионни въздействия върху детската аудитория**, като анализира спецификата на детската аудитория и регулативните и саморегулативни практики в защита на върховенството на детския интерес пред телевизионния екран, акцентът е не върху разпределението на силите, а върху вариантите за балансиране на взаимните влияния, при които правата и интересите на детската телевизионна аудитория да бъдат защитени.

<sup>1</sup> Вж. Петев, Т., Теории за масовата комуникация, С., Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2004, с. 197.

Постигането на тази цел преопределя решаването на кръг от задачи:

- 1) да се докаже необходимостта от защита на детската аудитория в телевизионното пространство;
- 2) да се осмисли опитът в защита на правата и интересите на уязвимата детска аудитория на нива медийна регулация и саморегулация;
- 3) да се изведат оптимални варианти за защита на зрителите деца;
- 4) да се посочат конкретни стъпки за моделиране на аудио-визуалната среда като безопасна за децата.

## 1. Необходимостта от защита на детската телевизионна аудитория

Идеята за защита на децата от медийните съдържания с възможни вредни за развитието им въздействия носи теоретична датировка от седемдесетте години на XX в. Темата е широко теоретизирана и дискутирана в чуждестранната научна литература, а в българската започва да сблъсква изследователски тези и аргументации.

**Две гледища** битуват в пространството на медийната теория и практика относно въздействието на медиите по отношение на децата и съответно – необходимостта от мерки за защита на погростащите от съдържания с вредно или възможно вредно влияние. Едната теза е, че **разпространението чрез средствата за масова информация на неморални, антисоциални поведенчески модели**, например прояви на агресия и насилие, **помагат на аудиториите да отработят реакция в подобни реални ситуации**. Според другата, макар и в различна степен, **подобни съдържания вредят на**

**физическото и психическото развитие на аудиторията**. Видимите проявления на вредността са в диапазона от формиране на нагласа за индиферентно възприемане и реагиране на нарушаването на човешките права в реалния свят до имитиране на екранните модели за антисоциално поведение в социалната среда.

Оттук следва и **разединението по отношение свободата и самоограниченията на медиите** с цел защита на уязвимото детско съзнание. **От една страна**, е тезата за свободата на медиите и функцията им да информират обществеността, отразявайки действителността каквато е. В тази логика **всяка намеса, и най-вече ограничението на журналистическата изява, е опит за налагане на цензура**. **От другата**, се лансира идеята за **саморегулиращата се свобода на медиите и изпълнението на социалните им функции**.

Изборът на гледна точка зависи от културната ориентация на заемащия я и най-вече от позицията, която човешкият живот и общественото благосъстояние имат в ценностната му скала. Тъй като защитата на аудиториите, доколкото това са групи хора, потребители на гадена медия, е преди всичко цивилизационен проблем, целесъобразно е да се посочат и анализират алтернативите за ограничаване на дисфункционалните (вредни) въздействия на медийните послания, които не намаляват качеството и разнообразието на медийното съдържание като цяло.

Основната теза на настоящата статия е, че **разпространяването на медийно насилие във всички негови форми въздейства отрицателно на три равнища**. **Първо** – **вреди на отделното дете зрители**, нанасяйки травми върху психическото и дори физическото му развитие. **Второ** – **морално деформиращо съвременното поколение на зрителите**

### геца. Трето – **възпрепятства социалния ред и развитието на обществото като цяло.**

Механизмът е пределно опростен: общество в аномия с изобилие от девиации ↔ отразена (повторена) социална действителност в медиите, с изключителен акцент именно върху формите на отклоняващо се поведение ↔ възприети поведенчески модели от аудиторията (най-вече детската) ↔ реални проявления на медийните поведения в социалната действителност ↔ общество в аномия (повторение).

Търсенето на посока извън този порочен кръг, в който генерирането на аномичност е очевидно, доказва необходимостта от самоограничаване от страна на медиите, в частност – телевизията, в разпространението на съдържания с вредно или възможно вредно въздействие върху детската аудитория. Това не означава, че медиите трябва да престанат да показват лицата на престъпността. Те трябва да намерят щадящ аудиторията начин, по който да го правят. Още повече предвид факта, че **ограничаването в излъчването на кадри с насилие би намалило само експресивността на програмата, но не и обективността ѝ.** От гледна точка на зрителите щадящото показване на насилие от медиите би намалило рисковете, на които са изложени децата – зрители на подобни екранни послания, и което е по-важно – би съдействало в процеса на социализация и социална интеграция на съвременните деца.

Необходимостта от предприемане на мерки за защита на подрастващите от медийните съдържания с вредни или възможно вредни

въздействия значително се обостря предвид следните факти и тенденции: 1) проблемите на съвременното детство; 2) рисковете, на които са изложени децата по време на „третата медиаморфоза“; 3) честото преминаване на границата между положителните и отрицателните влияния от страна на медиите; и 4) разминаването между декларираните и реалните ценности, между политиките за подобряване благосъстоянието на децата и тяхното практическо приложение.

## 2. Деформация на детството

Според официалните статистически данни в края на 2005 г. в България живеят 1 047 000 деца<sup>2</sup>. В юридически план, по смисъла на Конвенцията за правата на детето<sup>3</sup> и Закона за закрила на детето<sup>4</sup>, деца са всички малолетни и непълнолетни граждани до навършване на 18-годишна възраст. В социален план това е поколението, чието израстване и личностно формиране съвпада с преживяването на кризите на прехода на българското общество след 1989 г.

Един от най-болезнените проблеми е бедността, чиято рефлексия върху благосъстоянието на децата е красноречива. Статистиката показва, че през 2001 г. 19 % от децата са отглеждани в домакинства на безработни, през 2003 г. – 16,6 %, през 2006 г. – 14,5 %<sup>5</sup>. По данни на Юростат, в периода 2000-2004 между 16 % и 14 % от българите са живели под границата на бедността. Последниците, които очертават

<sup>2</sup> www.nsi.bg

<sup>3</sup> Конвенция за правата на детето, приета от ОС на ООН на 20.11.1989 г., ратифицирана с решение на ВНС от 11.04.1991 г. – ДВ, бр. 32 от 23.04.1991 г., в сила от 3.07.1991 г.

<sup>4</sup> Закон за закрила на детето, (Обн., ДВ, бр. 48 от 13.06.2000 г., изм., бр. 75 от 2.08.2002 г., в сила от 2.08.2002 г., бр. 120 от 29.12.2002 г., в сила от 1.01.2003 г., изм. и доп., бр. 36 от 18.04.2003 г., в сила от 18.04.2003 г., бр. 63 от 15.07.2003 г., изм., бр. 70 от 10.08.2004 г., в сила от 1.01.2005 г., бр. 115 от 30.12.2004 г., в сила от 1.01.2005 г., бр. 28 от 1.04.2005 г., в сила от 1.04.2005 г., бр. 94 от 25.11.2005 г., в сила от 25.11.2005 г., бр. 103 от 23.12.2005 г., бр. 30 от 11.04.2006 г., в сила от 12.07.2006 г., изм. и доп., бр. 38 от 9.05.2006 г., изм., бр. 82 от 10.10.2006 г.)

<sup>5</sup> www.epp.eurostat.ec.europa.eu

реалната среда за голяма част от българските деца са следните:

1) Ограничаване на достъпа на децата до здравни услуги, оттук до влошено здравно състояние. Данните сочат, че за 1996-2001 г. делът на децата с влошено здраве поради лоши битови условия, ниска хигиена, липса на профилактика, тютюнопушене, употреба на алкохол и наркотични вещества се е удвоил. Близко 14 % от децата страдат от хронични заболявания или имат трайни физически увреждания<sup>6</sup>.

2) Нарушаване на правото на децата на образование, което ги обрича на неграмотност и малокултурност. За учебната 2004-2005 г. от системата на образованието са отпаднали 19 193 от общо 963 051 записани ученици, т.е. 0,12 % от общия брой. Това са деца, които не завършват дори начално образование поради финансовата невъзможност на семействата, родителска незаинтересованост, липса на социални навици и умения<sup>7</sup>.

3) Повишаване на параметрите на детския труд. 11,6 % от децата в задължителна училищна възраст (между 5 и 17 години) работят, вместо да учат. 73,5 % от тях успяват да съчетават училищната с трудова заетост. Твърде често здравето, моралът и безопасността на работещото дете са изложени на високостепенен риск. 18,8 % от икономически активните деца извършват тежък физически труд, 4,2 % рискуват здравето си, 3,3 % морала и нравствените си устои<sup>8</sup>.

4) Повишаване на риска от девиянтни, асоциални и антисоциални прояви сред мало-

летните и непълнолетните. Картината на детската престъпност е поразителна. Показателен в това отношение е медийният интерес към детското антисоциално поведение и честото присъствие на „детето престъпник“ в кадър. Данните сочат двойно увеличение на антисоциалните детски прояви – за 1999 г. са регистрирани 6279, а за 2004 г. – 13 343. Нараства и броят на престъпленията, извършени от деца – от 8662 през 2001 г. на 10146 през 2004 г.<sup>9</sup>

Тези няколко профила свидетелстват за **геоформацията на структурата на съвременното българско детство** и аргументират един от най-болезнените факти от прехода, а именно: „разваляме и похабяваме 30 % – 40 % от поколението на децата в България“<sup>10</sup>.

Защо? В материално-битов план основните причини са безработицата, финансовият недостиг, бедността. В социално-психологически план става дума за взаимоотношенията в семейството, училището, приятелския кръг, въздействието на медиите, за политиките за деца и тяхното реализиране, за позицията на децата в ценностната йерархия на българите.

Безспорно е – децата са ценност от най-висок порядък в българското общество. Дори ниската, разумно планирана раждаемост сред средните и по-високи социализирани и интегрирани слоеве<sup>11</sup> доказва ценността на децата и желанието на родителите да им осигурят необходимите грижи и блага. Държавата също прави своето – приема про-

<sup>6</sup> www.nsi.bg

<sup>7</sup> www.nsi.bg

<sup>8</sup> Тодорова, С., Образование и достъп до образователни институции, Демографско развитие на Република България, С., 2005, с. 128-136.

<sup>9</sup> www.nsi.bg

<sup>10</sup> Мирчев, М., Младешите имат нужда от позитивни образци, В. „Политика“, 7 януари 2005, www.assa-m.com

<sup>11</sup> Мирчев, М., Демографската ситуация и отговорността на политиките. сп. „Понеделник“, бр. 5/6, 2006, с. 95-116, www.assa-m.com

грами и стратегии за закрила на правата на децата и гарантиране на благодействието им. От 2000 г. досега в държавните институции са приели над 30 програмни документа за осигуряване благодействието на децата. Темата предизвиква интереса на гражданското общество в страната. В Централен регистър на юридическите лица с нестопанска цел за обществена дейност<sup>12</sup> са вписани над 1200 граждански формирания, чиято основна дейност е насочена именно към създаване на условия за по-добро детство, уважение и зачитане правата на децата. И въпреки всичко **уязвимостта на децата като социална група не намалява**. Напротив – **увеличава се под въздействието на разнообразните поведенчески модели, част от които децата възприемат от телевизионния екран.**

Анализът на медийните съдържания от гледна точка на ефектите им по отношение на детската аудитория показва богатство и изчерпателност по скалата полезност – възможна вредност – вредност. Въздействието на посланията върху емоционалното състояние и/или поведението на зрителите зависи както от механизмите на кодиране и технологиите за разпространение на съобщението, така и от социалните и психологични характеристики на реципиентите. Те харесват или не медийния образ. В първия случай възприемат съответния модел, идентифицират се с него и съзнателно или не повтарят усвоеното поведение в реалната социална среда. Във втория – го отхвърлят. Това важи не само за децата, в чийто реакции влиянието на медиите ясно прозира, но и за възрастните.

В този контекст, настоящата статия се фокусира върху вариантите за защита на децата като уязвима аудитория на електронните медиуми. Това не означава снемане на отговорността на останалите субекти в детското развитие, а очертаване на кръга от конкретни ангажменти на един от тях. Вниманието е съсредоточено преди всичко върху телевизията, като се има предвид продължителността на контактите на подрастващите с медията и възможностите ѝ за въздействия – положителни или отрицателни, върху зрителите. Българското дете прекарва около три часа пред телевизора<sup>13</sup>. В Австрия 7-15-годишните гледат телевизия 108 минути. Всеки ден в Норвегия и Дания хобито ежедневно отнема около два часа, а в Кипър между час и два<sup>14</sup>. Данните, заедно с една от характеристиките на детската аудитория – висока степен на уязвимост и ниска степен на самозащита от медийните въздействия, дават повод за поставянето на въпроса: в каква степен организацията на телевизионната програма е съобразена със спецификата на детската аудитория.

### 3. Телевизия и детска аудитория

Резултатите от телефонно допитване до БНТ, bTV, НТВ, програма „Христо Ботев“ на БНР, радио „Нет“, FM радио, BG радио (октомври 2005) дават основание за следните обобщения<sup>15</sup> в отговор:

1) **Ориентир в медийното програмиране е върховенството на детския интерес.** Най-често използваните варианти за гарантиране правата на децата са излъчване на информации, анкети и интервюта, свързани с проблемите

<sup>12</sup> www.mjeli.government.bg

<sup>13</sup> Райчева, Л., Медийният свят на българското дете, СЕМ, Информационен бюлетин, бр. 2/2006, с. 32.

<sup>14</sup> Jensen, An-Magritt, Asher Ben-Arieh, Cinzia Conti, Dagmar Kutsar, Maire Nic Ghoila Phadraig and Hanne Warming Nielsen (Eds). Children's Welfare in Ageing Europe, Norway: NTNU, 2004, pp. 457.

<sup>15</sup> Изследването е проведено от автора в периода 1.10.2005 – 10.10.2005 г. по метода телефонно интервю. Резултатите са представени на Кръгла маса „Децата и електронните медиуми“ 27-28.10.2005 г.

на децата и тяхното възпитание, образование, здравословни и социални проблеми, лансиране на обществено полезни кампании в полза на децата, правилно планиране на програмата – детски предавания се програмират в удобно за децата време, участие на децата в програмите, организиране на форуми за деца, недопускане на злоупотреби с детското доверие.

2) **Операторите съзнават необходимостта от програмиране за деца и отделят дневно от 10 минути до 1 час и 30 минути.**

Приоритетите са отстояване на правото на мнение на децата, спазване на етичните правила на българските журналисти и разпоредбите на международно признати документи, предоставяне на полезна информация и различна гледна точка, постигане на образователен и развлекателен ефект. Подборът на идеи за предавания се осъществява съобразно критерии като висок професионализъм, дългогодишен опит и стаж в работата с деца, съблюдаване на тенденциите в програмирането за деца и др. Интересен резултат е, че въпреки стремежа към разнообразна програма и задоволяване на зрителските предпочитания, специализирана програма за деца с увреждания няма в нито една от медиите, участници в анкетата. Късчета от ежедневието на тези деца присъстват понякога в общата програма на операторите.

3) За да повишат ефективността на програмата си по отношение на децата, **операторите консултират програмните си решения както с правителствени организации** като Държавната агенция за закрила на децата, Министерството на образованието, Министерството на труда и социалното подпомагане, Съвета за електронни медии, **така и с някои граждански обединения** – Асоциация „Родители“, Център за независим живот, Every Child и др.

Първото съмнение в реалното приложение на тези хуманистични принципни постанов-

ки се поражда от факта, регистриран в отговорите, че **операторите не познават достатъчно задълбочено детската си аудитория**. Основанията са следните:

1) програмирането за деца е на основата на количествени данни за динамиката на зрителския интерес към вече излъченото съобщение;

2) обратната връзка е най-разпространен метод за проучване на нагласите и мнението на детската аудитория;

3) системните качествени проучвания на детската аудитория са рядко практикувани.

**Дефицитът от знания за характерните особености на малолетните и непълнолетните зрители е една от основните причини за непреднамерените дисфункционални ефекти на медиите по отношение на децата.**

Дефицитът на интерес към детската аудитория се доказва с факта, че нито един от операторите на дава точен отговор на въпроса „Каква аудитория имат детските предавания в момента?“. Тя е плаваща, неустановена, променлива в различните часове пояси и преди всичко лоялна – когато хареса дадено предаване, го търси отново и отново. Разбира се съществуват и някои изключения, които обаче не могат да аргументират противоположен по значение извод.

Промяната в програмите за деца е сигурна. Ефирните телевизии с национално покритие в България значително съкратиха времевата продължителност на ежедневните детски блокове. Два часа дневно за деца отдавна са забравени от аудиторията на БНТ, Би Ти Ви заяви 15 % от седмичното програмно време за деца и впоследствие го редуцира до 5 %<sup>16</sup>. Това не означава, че малките зрители

<sup>16</sup> Райчева, Л., Медияният свят на българското дете, СЕМ, Информационен бюлетин, бр. 2/2006, с. 32.



няма какво да гледат. Напротив, те могат да прекарат цял ден пред екрана в търсене на любими герои из специализираните за тях сателитни и кабелни канали, чиято поява е още едно доказателство за промяната.

Въпросът е дали предлагането гарантира възможност за широк избор. По-скоро не, защото жанровото разнообразие е сведено до минимум анимация и шоу програми, визията е с преобладаващи техно мотиви, монтирани с гърмящи, понякога дигитални ефекти. Подобни предложения едва ли биха задоволили различните културни, естетически и информационни потребности на аудиторията. Те по-скоро потвърждават съществуването на присъщия за съвременното общество парадокс – **обемно предлагане, понижено качество, липса на разнообразие и ограничен избор.**

В контекста на телевизионното продуциране за деца подобна противоречива ситуация говори за: 1) ограничаване на възможностите на детската аудитория за образователно и личностно развитие чрез телевизията, и 2) превръщането ѝ в консуматор и стока за широко потребление.

Причините за утвърждаването на новите търговски приоритети в детското програмиране са в комплексността на пазарните отношения и фактори. Излъчването на собствени и качествени предавания за деца става все по-трудно за българските телевизионни оператори. Тенденцията е в сила и за европейските телевизионни оператори<sup>17</sup>. Първата причина, поради която специализирани предавания за детска аудитория рядко се продуцират или не се продуцират, е **малката численост на аудиторията** като цяло. Втората – са **ниските ѝ, почти нулеви покупателни способности.** В резултат – програмирането за аудитории с

подобен профил се оказва скъпо струващо начинание без възможност за директни приходи или печалби. Предвид правилата на търговски ориентирания аудио-визуален сектор, уязвимите аудитории, а детската е една от тях, не могат да бъдат фактор при определяне на програмните приоритети и политики на медиите. Те са по-скоро в пасивната позиция на получатели на медийни съобщения.

Ограничени в избора си на подходяща за тях програма, децата често стават аудитория на програми за възрастни. Това, освен че сигнализира за неудовлетвореността на детската аудитория, означава също съзнателно и доброволно, при това със съгласието на родителите, излагане на възможни дисфункционални ефекти на гледаната или слушаната програма. Първо, защото **посланията на предназначенията предавания за възрастни не са съобразени с особеностите на детското възприятие.** Второ, защото е възможно, **преследвайки висок рейтинг, операторите да разпространяват програми, чието съдържание явно и тенденциозно влияе неблагоприятно върху развитието на пограстващите.** Трето, защото **децата,** поради особеностите на развитието си, **не са изградили способности да се предпазят от дисфункционалните ефекти на телевизията.** Четвърто, особеностите на психологическото им развитие и фактът, че **всекидневната им гоза общуване с медиите,** най-вече с телевизията, **често е по-голяма от тази за разговори с родителите,** улесняват пренасянето на медийните модели в реалната социална среда.

Разбираемо е, че когато усвоените и съответно проектирани в реалността медийни поведения способстват за социализацията и мотивираното гражданско присъствие на младата личност в обществената структу-

<sup>17</sup> Children's Television Policy: International Perspectives, N 93, November 1999.

ра, степента на риск за аудиторията стремително намалява. Проблемът е, че преминаването на границата между положителните и отрицателните влияния от страна на медиите е изключително лесно и често предприемано от българските оператори начинание. В този случай рисковете – морални, социални и т.н., значително се увеличават, тъй като зрителите деца усвояват не само положителни, а твърде често отрицателни – неморални, агресивни, насилствени, поведенчески модели. Резултатите са осезаемо болезнени. Нараняването на едно дете е достатъчен повод за размисъл, а похабяването на една трета от детското поколение е повод за реални, конструктивни действия от страна на всички институции с отношение към проблема.

Според Конвенцията за правата на детето и Закона за закрила на детето, грижата за децата, тяхното възпитание и социализация са солидарно разпределени между семейството, училището и обществото. Това е още една причина за регулиране на медийните въздействия в посока увеличаване на ползите и намаляване на вредите по отношение на детската аудитория. Българският опит в защита на правата и интересите на детската аудитория може да послужи като отправна точка за осмисляне на система за защита на децата пред телевизионния екран.

#### 4. Опитът на медийната регулация в защита на детската аудитория

Търсейки начини за защита на подрастващите от вредните за развитието им

телевизионни съдържания европейското медийно общество иницира ревизия на директивата „Телевизия без граници“ в частта, касаеща защитата на непълнолетните и обществения ред (2002-2006). Саморегулацията на телевизионното съдържание в аспекта закрила на децата стана основна тема на Седемнадесетата среща на Европейската платформа на регулационните органи (8-9.05.2003, Неапол)<sup>18</sup>. Съветът за електронни медии (СЕМ) обяви като приоритет в работата си през първото тримесечие на 2002 г. осъществяването на национална кампания в защита на децата от вредните телевизионни влияния<sup>19</sup>. Медиите приеха Етичен кодекс (25.11.2004), в който мерките за защита на децата като аудитория и обществена група са експлицитно постановени (чл. 2.4). Гражданското общество също прояви чувствителност и позиция във връзка с нарушаването на правата на децата като телевизионни зрители и налагането на върховенството на детския интерес като приоритет в радио- и телевизионното програмиране чрез многократно сезиране на СЕМ и участие в публични дискусии.

Резултатите са противоречиви и изключително напомнят многократно изречения от кабелната телевизия „Фокс Лайф“ призив „Направи една бяла и я повтори сто пъти!, ако искаш да отидеш в „Кварталът на богатите“ (фразата е част от самопромоционалния клип на сериала, излъчван във време, когато вероятността да бъде чул и видян от деца е повече от сигурна, 2005 г.).

Първи – съществуват законодателни изисквания, които гарантират закрилата на подрастващите от неподходящото за тях съдържание. **Липсват ясни определения за**

<sup>18</sup> 17-а среща на Европейската платформа на регулационните органи (EPRA) (8-9.05.2003, Неапол), СЕМ, Информационен бюлетин 3-4/2003, с. 13.

<sup>19</sup> Приоритети на СЕМ за първото тримесечие, СЕМ, Информационен бюлетин 1-2/2002, с. 15.



**Вредно съдържание, както и категорични предписания за практическото прилагане на нормите за защита на детската аудитория в пространството на електронните медии.** Ето защо, Въпреки Решението на Върховния административен съд (ВАС), във връзка с излъчването на предаванията „Първична сила“ и „Разбиване“ от 28 юни 2002, предавания с вредно за деца съдържание да не бъдат излъчвани преди 23.00 ч., операторите продължават да разпространяват такива послания<sup>20</sup>. Два са казусите, които заслужават специално внимание. Първият: появата на предаванията „Кеч“ и „Разбиване“ след спирането им от Би Ти Ви в програмната схема на Джи Ти Ви и излъчването им в делнични дни в 22.00 ч. (2005 г. – продължава). Тревогата в случая не е породена от 60-минутното разминаване с определения от ВАС допустим начален час за излъчване на същите предавания и други с подобно съдържание. Безпокойството идва от опита да се заобиколи дадена норма в името на високия рейтинг, независимо от предписанието за възможна уязвимост на детската аудитория и осъзнаването на проблема. Вторият казус е с дата октомври 2006 г. и е пример за едновременно двойно нарушение. Става дума за реклама на телефон за секс услуги, сигнализирана като неподходяща за аудитория до 18 г., и въпреки това излъчена в рекламния блок по време на първи, втори и трети епизод от детския сериал „Синьо лято“ от кабелна телевизия „Евроком“. Присъствието на този клип вероятно се дължи на невнимание от страна на излъчващия оператор, защото сравнително бързо беше преустановено. Излъчването на рекламните блокове продължи, вероятно защото операторът е класифицирал филма като семеен с оглед на очакванията той да бъде гледан от родители и деца. Прецедентът аларми-

ра двупосочно: 1) програмирането за деца и в интерес, и в защита на уязвима аудитория изисква изключителна прецизност от страна на програматора, и 2) необходима е конкретна и изчерпателна в жанрово, съдържателно, програмно, художествено, реализаторско отношение дефиниция на понятията „детски предавания“ и „детски филми“, която да послужи на операторите при класифицирането на предвидените за излъчване от тях програми.

Втори – телевизионните оператори възприеха система за сигнализиране на филмовата си програма (февруари, 2004 г.) и продължиха да излъчват филми с неподходящо за дадена възрастова група съдържание във време, когато тя все още е активна телевизионна аудитория. („Грозна като смъртта“, БНТ, 09.10.2005, не препоръчителен за деца до 14-годишна възраст, „Сексът и графът“, „Фокс Лайф“, петък и събота 11.00 ч., продължава, сигнализиран като не препоръчителен за аудитория до 16 г. при първото излъчване от „Нова телевизия“) Специално място в тази графа в качеството си на прецедент има „Шоуто на Слави“ (2006). Съобразно законодателните изисквания и съдържателната си структура предаването се излъчва всеки ден в късен вечерен часови пояс – 22.30-23.30, което означава не само че не е насочено към малолетна и непълнолетна аудитория, но и се опитва да я предпази. Отново с тази презумпция „Шоуто на Слави“ беше едно от първите предавания в българския ефир, което въведе собствена система за сигнализиране на съдържанията с възможни вредни въздействия. Обезпокойтелно е присъствието на непълнолетни групи (ученици от различни български училища) като публика в студиото и ласкателното им представяне. Фактът може да се тълку-

<sup>20</sup> Петрова, В., Нарушения на изискванията на ЗРТ за защита на малолетните и непълнолетните, СЕМ, Информационен бюлетин, бр. 8/2006, с. 26-27.

Ва като израз на несъответствието между декларативната и реалната позиция на продуцентите по отношение защитата на малолетната и непълнолетната аудитория.

Трети – Съветът за електронни медии *gode* ход на общественя разговор за децата, ползите и вредите от медийните съдържания, като инициира няколко дискусии по темата за защита на непълнолетната аудитория (Публична дискусия, организирана от СЕМ във връзка с излъчването по bTV на „Първична сила“ и „Разбиване“ – предавания на Световната федерация по КЕЧ, 31.01.2002 г., Кръгла маса „Децата и електронните медии“, 27-28.10.2005 г.). Хронологията на събитията показва тенденция към **спорадичност и кампанийност на действията в защита на детската аудитория, които най-често са следствия от гадени поведения на операторите**. В едър план фактът разкрива липсата на целенасочена стратегия за защита на децата от медийните съдържания с вредни и възможно вредни влияния върху тях. Представена в среден план, тенденцията доказва „концептуалната недостатъчност на медийната политика (...) чиито действия не са нищо друго освен реакция на текущи нужди за пропагандиране на становищата на съответното правителство и печелене на масова подкрепа за него“<sup>21</sup>. В общ план ясно и еднозначно се вижда каква е реалната позиция на децата в ценностната йерархия на българското общество.

Анализът на опита в защита на децата като уязвима аудитория стига до: 1) невъзможността по регулаторен път да бъдат установени стандарти за програмиране за деца и в защита на правата и интересите им като аудитория и като обществена група, и 2) неефек-

тивността на саморегулативните механизми в защита на децата и уязвимите аудитории в общество с неясни ценностни ориентири.

При това положение и предвид модерното разбиране за закрилата на децата като обществен ангажимент (КПД, ЗРТ, ЗЗД) алтернативите за защита от възможните вредни въздействия на медийното съдържание трябва да се търсят в успешното взаимодействие на субектите в аудио-визуалната среда и кореспонденцията им с обществените ценности и политики.

## 5. Защита на детската аудитория в корегулирана медийна среда

**О**питът на някои западноевропейски общества в защитата на децата от вредните медийни въздействия практически доказва необходимостта от прилагане на корегулативни механизми за гарантиране правата на уязвимите аудитории в аудио-визуалния сектор<sup>22</sup>. Предварителният текст на Директивата за аудио-визуални медийни услуги (Draft Audiovisual Media Services), разработен вследствие ревизирането на директивата „Телевизия без граници“ (септември 2006), експлицитно акцентира върху корегулацията като ефективна алтернатива за защита на подрастващите. В чл. 25 четем: „опитът показва, че прилагането на инструменти на ко- и саморегулацията в съответствие със законодателните традиции на държавите членки може да има важна роля в осъществяването на закрилата на потребителите“<sup>23</sup>. Мерките, предвидени в последната препоръка на Европейския парламент и Европейската комисия за защита на подрастващите и чо-

<sup>21</sup> Тодоров, П., Българските медии по маршрут „Евроинтеграция“, С., УИ „Стопанство“, 2007, с. 32.

<sup>22</sup> www.Hans-Bredow-Institut.de/forschung/recht/co-reg/Co-Reg-Draft\_Final\_Report.pdf

<sup>23</sup> Draft Audiovisual Media Services, art. 25 „Furthermore, experience showed that both, co- and self-regulation instruments, implemented in accordance with different legal traditions of Member States can play an important role in delivering a high level of consumer protection.“

Вешкото достойнство (20.12.2006),<sup>24</sup> също са изцяло в духа на медийната корегулация.

Корегулацията е сравнително нова алтернатива за регулиране на медийната среда, базирана върху съчетанието и взаимодействието между традиционните регулативни механизми: държавна регулация и саморегулация. В този смисъл **корегулацията** може да бъде разбрана, първо, като **вариант за компенсиране на слабостите на регулативните и саморегулативни форми**, и второ, като **вариант за връзка между двете**. Според Шуц и Хелд необходимостта от корегулация и интересът към нея се дължат на „провалите на традиционната „командващо-контролираща“ регулация (“failure of traditional “command-and-control” regulation)<sup>25</sup>.

**Корегулацията практически позволява достъпа на заинтересованите институции и групи до медийната среда и стимулира отговорното им участие в моделирането на масмедийния комуникационен процес.** Първо, защото **насърчава активността на медийните организации и гражданското общество** доброволно да създадат рамка на взаимоотношенията си, и второ, защото **обвързва общовъзприетите саморегулативни инструменти със законодателната база**, и по-този начин повишава степенята на тяхната ефективност и отговорността на субектите.

Въпросът, който възниква тук, е как допринасят корегулативните механизми за защитата на уязвимите аудитории, в частност на детската.

Предпазването на децата от вредните влияния на медийните послания предполага из-

ползването на форми, които ограничават или достъпа на децата до подобни съдържания, или разпространението на такива съдържания. Опитите да се установят критериите и параметрите на тези ограничения чрез регулативни инструменти най-често се тълкува като нарушаване на конституционни права на свобода на изразяване и информиране и налагане на цензура. Тъкмо това е причината, поради която решенията на Съвета за електронни медии в защита на децата са оспорвани и обжалвани пред Върховния административен съд.

От гледна точка на медийните организации, собственото предприемане на мерки в защита на децата чрез програмиране за деца или чрез селектиране на програмното съдържание е икономически неефективно. Тъй като медиите в по-голямата си част са търговски, те биха иницирали само онези действия, които повишават печалбата им.

Неправителствените организации, като представители и защитници на гражданските интереси и права, в това число и на детските, все още не са изградили собствен механизъм за участие при формулиране и изпълняване на програмните политики на медиите. Възможни варианти са консултиране на дадена програма, участие в обществени съвети на медиите, популяризиране на принципите за защита на децата чрез обществено полезна реклама и т.н. Най-разпространената реакция на гражданското общество е сезиране на регулаторните институции при констатирано нарушаване или заплаха от нарушаване на детските права.

Моделирането на медийната среда като безопасно пространство за децата, предвид

<sup>24</sup> Recommendation of European Parliament and of the Council on the protection of minors and human dignity and on the right of reply in relation to the competitiveness of the European audiovisual and on-line information services industry 9577/1/06 REV 1.

<sup>25</sup> Schultz, W., Thorsten Held. Regulated Self-Regulation, Eastleigh, 2004, p. 11.

този кръг от проблеми, трябва да се иницира не чрез регулативна намеса. Правилата трябва да имат съвместното авторство на медиите и гражданското общество. **Само при варианта, при който субектът доброволно и самостоятелно избира как да ограничи свободата си, се достига саморегулиращата се свобода, когато ограничението не се възприема като цензура. Това е възможно в рамките на корегулираща се медийна среда, като степента на успех зависи от баланса на индивидуалните и общностни ценности, търговските и обществените интереси.**

Някои конкретни стъпки за установяването ѝ, предвид статуквото в момента, са:

На ниво регулация: създаване на обективна, точна и приложима законодателна основа със следните акценти:

1. Дефиниране съобразно обществените ценности и цели на вредно и възможно вредно медийно съдържание.
2. Приемане на функционални регламенти за достъпа на малолетните и непълнолетните до телевизионни съдържания с вредни или възможни вредни въздействия върху тях.
3. Предвиждане на санкции за излъчването на неблагоприятни за детската аудитория послания и поощрения за иновациите в сферата на защита на децата.
4. Включване на медийната грамотност като дисциплина в средното образование на учениците.

На ниво саморегулация: увеличаване на социалната функционалност на медийното съдържание по отношение на детската аудитория чрез продуциране и излъчване на висококачествени информационни, образователни и развлекателни предавания и предприемане на конкретни мерки за саморегулиране на радио- и телевизионното съдържание.

1. Изработване на единен правилник за класифициране и сигнализиране на програмите. Еманация на идеята за единна сигнализация е визуалният знак, който освен информацията за конкретната програма, дава и идея за нивото на обществения морал, ценностната система и културната осъзнатост.
2. Персонализиране на отговорността за защита на децата от съдържанията с вредно и възможно вредно влияние в рамките на медийните организации.
3. Увеличаване обема на специализираните програми за деца в общите програмни схеми на операторите.
4. Разпространяване на принципите на медийна грамотност сред обществото.

На ниво корегулация: повишаване на медийната грамотност на зрителите. Това означава:

1. Създаване на навици за гледане на телевизия от страна на аудиторията и усъвършенстване моделите за програмиране от страна на оператора. Тъй като медийната консумация при децата най-често се случва в домашна обстановка, именно родителите трябва да я контролират. Безразборното потребление винаги вреди, но когато детското внимание бъде насочвано към определени съобщения и отклонявано от други, рисковете от вредни въздействия в значителна степен се намаляват.
2. Възпитаване у децата на умения за правилно възприемане и интерпретиране на медийната информация. Тук водеща роля има училището. То трябва да даде задължителния набор от знания плюс медийно ограмотяване, за да може детето да разграничи реалния от виртуалния свят.
3. Висша форма на грамотност е проявата на критична рефлексия. Възпитаването на подобни умения у децата става чрез показване на съответния поведенчески модел. В случая главна роля има активната гражданска позиция по отношение на разпрос-

трансяваното медийно съдържание, чийто флагман е липсващата у нас професионална медийна критика.

## Изводи

**И**зложеният в статията анализ стигна до следните ключови изводи.

Първо. Децата присъстват във всички социални групи, включително и в уязвимите. Едновременно с това те формират собствена група, която влияе върху или по-често изпитва влиянията на другите социални субекти или групи. Този комплекс предопределя високата степен на детската уязвимост. Децата са лесно раними поради комплексното действие на няколко фактора: 1) особеностите на физическото им и психологическото развитие; 2) присъствието им в рисков социални групи – трябва да се отбележи, че децата не могат да избират семействата си, социалната група, обществото, те попадат в тези среди; 3) поради естеството на взаимоотношенията и разпределението на силите между деца и възрастни, деца и медиуми, което невинаги е в полза на децата.

Второ. Различните групи деца проявяват различна степен на уязвимост пред екрана. Това се дължи на индивидуалните им филтри за селектиране и възприемане на радио- и телевизионното съдържание. Тук огромна роля има микросредата, в която се развива детето – най-вече възможностите на семейството и училището да възпитат нравствени модели на мислене и поведение, изградени върху система от устойчиви ценности. Поляризацията по тази ос е очевидна: отговорното родителство, което значително намалява степента на уязвимост на детето, срещу безотговорното родителство, което поставя детето в ситуация с висок рисков потенциал. Трябва да се отбележи, че

вредното въздействие на медийните послания върху децата далеч не е единствената и основна причина за детските прояви на девиантност, асоциалност и антисоциалност. То има ролята на катализатор на тези поведения, особено когато е прибавено към безотговорно родителство.

Трето. Тъй като защитата на децата е безспорен обществен приоритет и цивилизационен проблем, необходимостта от осмисляне и прилагане на система за превенция на вредните медийни въздействия върху подрастващите е неоспорима. Българският опит в това отношение показва: 1) липса на цялостна визия и политика не само по конкретния въпрос, но и по отношение развитието на медиите въобще; 2) противоречива ефективност на предприетите мерки, което говори за противоречието между децата като декларирана и децата като реална ценност не само в медиите, но и в обществото като цяло; 3) практическа невъзможност на регулаторната система и механизмите за медийна саморегулация поотделно или заедно да гарантират правата и интересите на децата като аудитория, същото се наблюдава и в други страни от ЕС.

Четвърто. Защитата на децата като уязвима аудитория е възможна в рамките на коригираната медийна среда. Първо, защото тя съчетава традиционните форми на медийна регулация – законова регулация и саморегулация, като взаимно се компенсират невъзможностите на двете системи. Второ, защото осъществява връзката между двете, т.е. облича в законова греха доброволно приетите от медийните организации ограничения на свободата, трето – насърчава и включва гражданската и обществена активност в процеса на регулиране на взаимоотношенията в медийния сектор. Основен спорен момент в концепцията за защита на децата е необходи-

мостта от ограничение на медийното съдържание в полза на върховния интерес на детето. Той може да бъде решен именно в коригирана медийна среда.

Пето. Коригираната медийна среда предполага активност и отговорност на всички субекти: регулаторен орган, медийни организации, аудитория (гражданско общество). Всеки от тях има своята роля в установяването и спазването на правилата в защита на децата. Решаващ фактор за ефективността на действията им е повишаването на медийната грамотност на аудиторията, и в частност на детската. Това означава: 1) създаване на модели за гледане на телевизия, слушане на радио у аудиторията и прецизиране на програмите

от страна на операторите; 2) упражняване на умения за интерпретиране на медийните послания, за различаване на действителната от медийната реалност; 3) проява на критична рефлексия по отношение на медийното съдържание.

Шесто. Защитата на децата като уязвима аудитория трябва да започне с отговор на въпросите: какви ценности иска обществото да възпитава у децата си, с какви средства смята да постига целта. Едва след това – от какво иска да ги предпази, от какво се страхува и как ще ги защити. Защото медийната действителност е не само отражение на вулгарността, агресията и насилието на геня, но и на неговата етика, нравственост и ценности. **VI**