

## Телевизионные викторины: развлекательные конкурсы или «легализованное» мошенничество?

Бойко Ольга Альбертовна<sup>1</sup>,

кандидат юридических наук, доцент кафедры криминологии, психологии и педагогики. E-mail: mario011@mail.ru

<sup>1</sup> Омская академия МВД России, Омск, 644092, Россия

### Аннотация

**Введение.** Рассмотрены вопросы, связанные с изучением различных организационных и технологических аспектов проведения на отечественном телевидении интерактивных викторин; исследованы причины участия телезрителей в конкурсах; осуществлен анализ юридической обоснованности проведения телевизионных игр.

**Материалы, методы, результаты и обсуждение.** В ходе работы над статьей использовались следующие методы: формальная логика, обобщение, анализ и синтез, индукция, наблюдение.

Интерактивная игра на телевидении — это игра в прямом эфире телеканала с ведущим, который призывает аудиторию позвонить в студию и дать правильный ответ на какой-либо вопрос, за что получить денежный приз. Основная модель для организаторов — создать ажиотаж и сформировать как можно большую очередь из звонивших телезрителей, стремящихся попасть в прямой эфир; каждый «висящий на линии» формирует доход передачи (канала), оплачивая время соединения и разговора с автоответчиком. Участниками подобных телевикторин нередко становятся несовершеннолетние, пожилые люди, лица, испытывающие материальные затруднения, которые не разобрались в правилах игры. С юридической точки зрения организация и проведение телевикторин не являются противозаконными: розыгрыш осуществляется по установленным правилам, победитель викторины определяется и выигрыш выплачивается. В связи с тем, что организация игр типа телевизионных викторин не регулируется специальным нормативно-правовым актом, который установил бы четкие и прозрачные правила их проведения, возможны различные злоупотребления со стороны организаторов данных конкурсов.

**Выводы.** Многие из проводимых телевизионных викторин (конкурсов) связаны с финансовыми затратами участников, но такие игры азартными не признаются, хотя имеют их признаки и нуждаются в законодательном регулировании, т. е. необходимо принятие соответствующего закона. Следует прописать обязанности создателей программ и телевикторин по обеспечению доказательств того, что передача проходит в «прямом эфире», т. е. возможность выигрыша реальна. Организаторы должны дифференцировать время трансляции на каналах подобных передач, определить порядок информирования телезрителей об условиях игры, обеспечить меры, ограничивающие участие в игре несовершеннолетних.

*Ключевые слова:* игра; телевизионные викторины; участники конкурса; психология азарта; законодательное регулирование телевикторин.

**Для цитирования:** Бойко О. А. Телевизионные викторины: развлекательные конкурсы или «легализованное» мошенничество? // Психопедагогика в правоохранительных органах. 2019. Т. 24, № 2(77). С. 227–231. DOI: 10. 24411/1999-6241-2019-12015

### Основные положения:

1. Обилие телевикторин свидетельствует об определенной девальвации интеллекта в обществе, его невосприимчивости за пределами телевидения. Масс-медиа выступают как компенсаторный механизм, поддерживающий самоуважение публики.

2. Ряд телевизионных викторин (конкурсов) связан с финансовыми затратами участников. Несмотря на то что игры азартными не признаются, они имеют многие признаки таковых, поэтому существование подобных передач нуждается в регулировании — принятии соответствующего закона.

### Введение

**Актуальность и значимость.** Телевидение сегодня выполняет не только информационную, рекламную и развлекательную функции, но и воспитательно-просветительскую, закрепляя в нашем сознании социально-политические, этические и эстетические установки. С приходом на отечественное телевидение телевикторин невольно задаешься вопросом об их предназначении. На наш взгляд, телевикторины разжигают у телезрителей азарт и чувство наживы, а затем (в отсутствие выигрыша) у них появляются разочарование, вина за свою доверчивость и, как следствие, желание выяснить, не обман ли это, не мошенничество ли? Телевикторины

по-прежнему присутствуют в медиапространстве, и многие аспекты их организации и проведения нуждаются в тщательном анализе. В связи с этим необходимо было установить, не подпадает ли деятельность по проведению телевикторин под признаки ст. 159 УК РФ «Мошенничество», не вводят ли организаторы телевикторин телезрителей в заблуждение по поводу возможности честного выигрыша. Именно это явилось *целью* нашей работы.

**Теоретические предпосылки.** В настоящее время телевикторины в большинстве территориальных формирований России фактически заменили запрещенные ранее казино и залы игровых автоматов. Правила подобных игр безупречны с точки зрения законности, поскольку их составляет и регулярно корректирует штат «мощных» юристов. Телеканалы и создатели викторин всячески отрицают азартную составляющую в своих передачах, называя их конкурсами. Организаторы телевикторин регистрируются как юридические лица без получения лицензии на игорную и лотерейную деятельность, а затем заключают договор с сотовой компанией и с телеканалом на предоставление вещания. Юридически к каналу невозможно предъявить претензии, например, обвинить в ложной рекламе или заведомо ложной информации, так как телеканал выступает только в роли транслятора развлекательных передач.

Фактически по тому же принципу, что и телевикторины, построены и другие передачи, в которых предлагается позвонить на короткий номер, чтобы задать вопрос астрологу или экстрасенсу в прямом эфире. Данный конкурс не родственен азартной игре, так как не предусмотрен выигрыш, но имеет сходство с «легализованным» мошенничеством, поскольку предлагаемая услуга прямого эфира оплачивается каждым позвонившим лицом, но получает ее только один из тысячи или даже реже.

Некоторые аспекты организации телевикторин затрагивал И. А. Клепицкий [1]. Исследовал телевикторины с позиций уголовно-правовой науки, а именно как возможного мошенничества, А. Н. Кригер [2]. Другие ученые также занимались изучением этой тематики [3–11], однако вопросы законодательного регулирования при организации и проведении телевикторин и информационного обеспечения граждан в их работах были раскрыты не в полной мере. Вышеуказанные обстоятельства побудили нас глубже проанализировать проблему присутствия телевикторин на отечественном телевидении.

#### **Материалы, методы, результаты и обсуждение.**

В ходе работы над статьей использовались следующие методы: формальная логика, обобщение, анализ и синтез, индукция, наблюдение.

**1. Причины, привлекающие телезрителей к участию в играх.** Многие из российских телезрителей, видевшие хотя бы раз на телеканале НТВ передачу «Своя игра», в которой эрудированные участники зарабатывают деньги, отвечая на различные вопросы, хотели бы поучаствовать в подобной игре, особенно при условии, что вопросы несложные. Сегодня кабельные телеканалы предоставляют зрителям такую возможность [3, с. 54–55]. Так, после полуночи для телезрителей в эфире транслируются интерактивные игры (например, телевикторина «Счастливы случай»), в которой ведущий (как правило, симпатичная девушка) предлагает вполне приличную сумму денег тому, кто угадает слово из 10–15 букв, отображенных на экране, или найдет пять отличий в двух рисунках, переставит одну спичку, чтобы получить верное равенство, или правильно назовет фамилию известного артиста на портрете.

К причинам, в силу которых телезрители участвуют в таких викторинах, следует отнести:

- наличие у определенного числа активно участвующих в подобных конкурсах граждан постоянной потребности в риске и острых ощущениях;
- желание проверить свои знания и зрительную память, за которые, кроме того, можно получить материальное вознаграждение;
- отсутствие уверенности в настоящем и ожидание успеха вследствие выигрыша, желание «скрасить» жизненные неудачи игрой;
- стремление участников игры в условиях экономической нестабильности и отсутствия работы поправить свое материальное положение (возможная сумма выигрыша нередко превышает месячную зарплату ряда граждан страны. — О. Б.);

— простота процесса участия в телевикторине — необходимо только набрать на сотовом телефоне номер, указанный на экране.

**2. Схема организации телевикторин.** Телевикторина организована следующим образом. В самом начале передачи объявляется задание и объясняется, что на решение отводится определенный промежуток времени — полчаса или час. Каждые 10–20 минут сумма выигрыша, как правило, удваивается, при этом якобы из-за того, что «никто не угадал», хронометраж программы увеличивается до двух, а иногда и трех часов. Телезритель, знающий верный ответ на вопрос викторины и видя, что многие участники дают неправильное решение, осуществляет платный (80–100 рублей за минуту соединения) звонок по сотовому телефону на программу с целью получить желаемый денежный приз. К сожалению, большинство дозвонившихся граждан в прямой эфир не попадают, а вместо этого слышат автоответчик, который сообщает, что «в этот раз не повезло», и рекомендует позвонить еще раз. Азартный телезритель, пытаясь связаться с ведущей и «обрадовать» своим ответом, звонит снова и снова, а прямой эфир (куда постоянно кто-то дозванивается, но называет вместо верного ответа «всякую ерунду») так и остается недоступным. Если участников викторины становится все меньше, то организаторы игру завершают и ищут из числа дозвонившихся победителя. В итоге одному из телезрителей все-таки удается попасть в прямой эфир и назвать верный ответ.

С юридической точки зрения все законно [4]: розыгрыш осуществляется по установленным правилам, определяется победитель викторины, а обозначенный выигрыш ему направляется. Но есть нюансы (обстоятельства), на которых следует остановиться более подробно.

**1. Передача (викторина), в которой телезрителям в прямом эфире необходимо дать верный ответ на конкурсное задание, оформлена по типичному гипнотизирующему шаблону:** ярко оформленная студия снимается непрерывно движущейся взад-вперед камерой, моргают надписи (бегущая строка), ведущий активно жестикулирует, говорит, не переставая, размахивает купюрами с целью не дать зрителю сосредоточиться, «сбить с толку» и склонить к звонку в студию. Задания настолько просты, что угадать слово не составляет труда, дальше начинается «самое интересное»: по правилам телевикторин такого типа назвать слово может далеко не каждый, а лишь допущенный к регистрации и участию. О том, что звонок на передачу платный, что к участию в викторине допускается только каждый 50-й из позвонивших граждан, а к ответу в прямом эфире (соответственно, к возможности получить выигрыш) — каждый 100-й из допущенных к участию, вещает неприметная бегущая строка, набранная мелким шрифтом, в самом низу экрана [5]. Получается, что информация о правилах проведения викторины есть, но доступ к ней максимально затруднен (ни размер букв, ни скорость движения строки законами не установлены). Поэтому при обязательных материальных тратах на дозвон в передачу возможность выиграть 10–15 тыс.

рублей теоретически реальна, но шансы на победу крайне низкие. Отсюда вывод: зная такой «расклад», многие телезрители вряд ли бы решились на участие в передаче.

2. Специально обученный ведущий, используя приемы нейролингвистического программирования, на протяжении десятка минут по несколько раз повторяя одни и те же фразы («неужели никто не может отгадать это слово», «ну почему же никто не звонит», «почему никто не хочет попасть в прямой эфир и забрать деньги», «позвоните как можно скорее, чтобы вас никто не опередил»), прекрасно осведомлен о том, что звонки идут непрерывно, а единственной причиной отсутствия правильного ответа является невозможность большинства телезрителей попасть в прямой эфир через автоответчик или оператора. Кроме того, ведущий конкурса между призывами о выигрыше вскользь советует обращать внимание на правила игры. К сожалению, как только на экране появляется крупный куш, некоторые зрители «впадают в транс», и у них пропадает желание читать бегущую строку о правилах проведения конкурса. Самые азартные зрители пытаются прорваться в прямой эфир, пока на сотовом телефоне не закончатся деньги, а некоторые даже уходят в минус, пополняя счет в долг.

3. Организаторы подобных конкурсов владеют основами психологии [6, с. 331]. Весь расчет строится на том, чтобы телезрители «загорелись» желанием выиграть «легкие» деньги и позвонили на передачу. Задача сотрудников канала — добиться максимального количества звонков, а также длительного удержания на линии дозвонившихся зрителей путем переключения от одного оператора к другому, выяснения сведений о месте проживания и гражданстве телезрителя, возрасте, а затем произнести фразу типа: «Вам не повезло, попробуйте еще раз», «Ждите, когда вас выведут в прямой эфир», «Вы дозвонились вторым, позвоните еще раз», «Вам перезвонят, ожидайте» и т. п. Получается, что из всего количества дозвонившихся лиц выигрывает только один человек, а остальные теряют свои деньги (нередко суммы, превышающие размер выигрыша), прослушав голос на автоответчике или пообщавшись с оператором.

В ходе викторины с определенной периодичностью на протяжении десятков минут в прямой эфир поступают звонки с неправильными ответами. Внешние входящие звонки с верным ответом искусственно придерживаются сотрудниками программы, а звучащие в эфире неверные решения нередко даются непосредственно персоналом передачи с прямого телефона студии для введения в заблуждение зрителей. Более того, случаются казусы, когда ассистенты ошибаются и выдают в эфир неверный ответ, который раньше уже звучал, или вообще оглашают разгадку другого задания. Иногда в эфир пускают звонки с якобы разозленными телезрителями, чтобы убедить всех играющих, что каждый из них имеет шанс попасть в прямой эфир и получить выигрыш. В принципе, выигрыш реальным дозвонившимся гражданам может и не выдаваться совсем: ничто не мешает, например, одному из команды организаторов передачи позвонить и представиться телезрителем.

4. Эффективное применение организаторами знаний о психологии интерактивных игр действительно проявляется в подборе конкурсных вопросов (заданий). Задаваемые вопросы не должны быть легкими, так как зрители могут перестать звонить, поскольку решат, что желающих ответить будет слишком много. В случае сложных вопросов зрители также могут отказаться от звонка, поскольку станут сомневаться в правильности ответа. Уровень вопросов подбирается таким образом, чтобы у потенциального участника викторины создавалась иллюзия, что он что-то решает, отгадывает, а таких, как он, скорей всего, будет немного.

5. Участниками подобных телевикторин нередко становятся несовершеннолетние, пожилые люди, лица, испытывающие материальные затруднения, плохо разобравшиеся в правилах игры [7, с. 101]. Телезрители, не достигшие 18 лет, не имеют права участвовать в телевикторинах. Но фактически организаторы викторин неспособны препятствовать несовершеннолетним делать ставки. Более того, участие несовершеннолетних граждан в викторинах даже выгодно организаторам: если на юного участника придется выигрыш, то его не отдадут, так как это предусмотрено правилами.

6. В некоторых случаях передача вообще не транслируется в прямом эфире, а записана заранее. Однако телезритель этого не понимает в силу того, что телеведущий и «звонки» в студию убеждают в честности происходящего на экране. Что касается «реального времени», указанного на экране, то оно накладывается на телевизионную картинку с помощью несложных компьютерных программ. Нередко участникам предлагают сыграть в суперигру: например, открыть 3 из 16 ячеек, за которыми спрятан приз. На самом деле ячейками управляет кто-либо из сотрудников передачи, меняя положение выигрышных клеток таким образом, чтобы, с одной стороны, удерживать дозвонившегося на связи, а с другой — не дать забрать суперприз.

Таким образом, интерактивная игра на телевидении — это игра в прямом эфире телеканала с ведущим, который призывает аудиторию позвонить в студию и дать правильный ответ на какой-либо вопрос, за что получить денежный приз. Основная модель для организаторов — создать ажиотаж и сформировать как можно большую очередь из дозвонившихся телезрителей, стремящихся попасть в прямой эфир; каждый «висящий на линии» формирует доход передачи (канала), оплачивая время соединения и разговора с автоответчиком. Участниками подобных телевикторин нередко становятся несовершеннолетние, пожилые люди, лица, испытывающие материальные затруднения, плохо разобравшиеся в правилах игры. С юридической точки зрения организация и проведение телевикторин не являются противозаконными: розыгрыш осуществляется по установленным правилам, победитель викторины определяется и выигрыш выплачивается. В связи с тем, что организация игр типа телевизионных викторин не регулируется специальным нормативно-правовым актом, который установил бы четкие и прозрачные правила их проведения, возможны различные злоупотребления со стороны организаторов данных конкурсов.

### **Выводы**

1. В настоящее время телевизионные игры превратились в социальное явление. Участие в таких передачах (например, «Поле чудес», «Кто хочет стать миллионером» и др.) — цель многих телезрителей, а угадывание заданий конкурса нередко отходит на второй план.

2. Обилие телевикторин свидетельствует об определенной девальвации интеллекта в обществе, его невосприимчивости за пределами телевидения. Масс-медиа выступают как компенсаторный механизм, поддерживающий самоуважение публики. Ведь телевикторины в основном смотрят не для того, чтобы поразиться знаниями других, а чтобы убедиться в собственном интеллектуальном превосходстве.

3. Телезрители страны имеют полное право играть на деньги и проигрывать. В данном случае страсть к легкой наживе скорее не порок, а диагноз [8, с. 11]. Многие участники телевизионных викторин в глубине души понимают, что в подобном способе зарабатывания денег наличествует определенный подвох, тем не менее количество желающих получить без труда доход не сокращается. Поскольку в настоящее время отечественный телезритель активно участвует в таких конкурсах (вик-

торинах), принося тем самым организаторам солидную прибыль, в ближайшей перспективе не стоит ожидать снятия с телеканалов указанных передач.

4. По мнению экспертов Федеральной антимонопольной службы [9], многие телевизионные викторины (конкурсы) связаны с финансовыми затратами участников, хотя эти игры азартными не признаются, они имеют многие признаки таковых. Поэтому существование подобных передач нуждается в регулировании, а именно в принятии соответствующего закона, в котором следует прописать обязанности создателей программ и телевикторин по обеспечению доказательств того, что передача проходит в прямом эфире, т. е. возможность выигрыша реальна. Так, в Великобритании при проведении телевикторин ведущие включают одну из радиостанций, для того чтобы телезрители могли убедиться, что программа идет не в записи [10]. Организаторы должны дифференцировать время трансляции на каналах подобных передач, определить порядок информирования телезрителей об условиях игры (например, о том, что соединения платные, и об их стоимости) и вероятности попадания в эфир, меры, ограничивающие участие в игре несовершеннолетних [11, с. 21, 22].

### **Список литературы**

1. Клепицкий И. А. Мошенничество и правонарушения гражданско-правового характера // Законность. 2011. № 6. С. 56–58.
2. Кригер А. Н. История мошенничества // Юрист. 2012. № 10. С. 71–72.
3. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. 2-е изд., доп. М., 2009. 277 с.
4. Рязанов А. Телевикторина — игра на деньги в прямом эфире. URL: [https:// coolidea.ru/2009/06/22/televiktorina](https://coolidea.ru/2009/06/22/televiktorina) (дата обращения: 22.04.2018).
5. Астафьев К. В. Виктимологический аспект мошенничества: уголовно-правовое и криминологическое исследование : дис. ... канд. юрид. наук. Ростов н/Д, 2017. 182 с.
6. Кожин А. Игра в слова в прямом эфире, или Как нас обманывают? URL: <https://shkolazhizni.ru/money/articles/32978/u> (дата обращения: 20.04.2018).
7. Богомолов Ю. А. Хроника пикирующего телевидения. М., 2004. 365 с.
8. Берн Э. Люди, которые играют в игры. М., 2007. 352 с.
9. Горелик О. Не играйте в «наперстки» с телевизором. URL: <http://www.news.mnogonado.net...news...naperstki...televizorom.htm> (дата обращения: 23.04.2018).
10. Moreau Y. Definition of fraud Detection Concepts. Moreau Yves, Preneel Bart. Leuven, 1996. 47 p.
11. Нечушкина А. С. Особенности адаптации зарубежных телеформатов для российского телевизионного рынка и ее правовые аспекты // Медиаскоп. 2014. № 3. С. 21–22.

Поступила 02.03.2018

UDC 34:343 © О. А. Boiko, 2019

DOI: 10. 24411/1999-6241-2019-12015

12.00.08 Criminal Law and Criminology, Penal Law

## **TV Quiz: Entertaining Contests or “Legalized” Fraud**

**Olga A. Boiko**<sup>1</sup>,

Candidate of Sciences (Law), associate-professor at the department of Criminology, Psychology and Pedagogy.

E-mail: mario011@mail.ru

<sup>1</sup> Omsk Academy of the Russian Ministry of Internal Affairs, Omsk, 644092, Russia

### **Abstract**

**Introduction.** The issues related to studying various organizational and technological aspects of conducting interactive quizzes on the national TV are under consideration, the reasons for TV-viewers' participation in quizzes being examined and the legal foundation for conducting TV games analyzed.

**Materials and Methods.** During the research the following methods were used: formal logic, generalization, analysis and synthesis, induction, observation.

**Results and discussion.** An interactive TV game is a live TV game with a moderator, who encourages the audience to call the studio and give the correct answer to some question and receive a cash prize. The main model for the organizers is to create

excitement and form as many queues as possible of the TV-viewers who want to get on the air; each “hanging on the line” generates a programme (channel) income, paying for the connection and time for talking with the answering machine. Participants in such game shows often include minors, elderly people, financially disadvantaged people who did not understand the rules of the game. From a legal point of view, the organization and conducting of quiz shows are not illegal: the drawing is conducted according to the established rules, the winner of the quiz is determined and the prize being paid. Due to the fact that the organization of games such as television quizzes is not regulated by a special regulatory act that would establish clear and transparent rules for their conduct, various abuses by the organizers of these contests are possible.

**Conclusions.** Many of the television quizzes (contests) held are connected with the participants' financial expenses, but such games are not recognized as gambling, although they have their typical features and need legislative regulation, i.e., it is necessary to adopt an appropriate law. It is necessary to prescribe the responsibilities of the creators of programs and game shows to provide evidence that the program is broadcast live, i.e., the possibility of winning is real. The organizers must differentiate the broadcast time for such programs, determine the order of informing the viewers about the conditions of the game, provide measures excluding participation of minors in the game.

*Keywords:* game; TV quizzes; contest participants; psychology of excitement; legislative regulation of TV quizzes.

---

**Citation:** Boiko O. A. TV Quiz: Entertaining Contests or “Legalized” Fraud. *Psychopedagogy in Law Enforcement*. Vol. 24, No. 2(77), 2019. Pp. 227–231 (In Russ.). DOI: 10.24411/1999-6241-2019-12015

---

#### References

1. Klepitsky I. A. Fraud and Civil Law Violations. *Legality*. 2011. No 6. Pp. 56–58. (In Russ.)
2. Kriger A. N. History of Fraud. *Jurist*. 2012. No 10. Pp. 71–72. (In Russ.)
3. Muratov S. A. Television in Search of Television. Chronicle of Author's Observations. Moscow, 2009. 277 p. (In Russ.)
4. Ryazanov A. TV Quiz Game - Live Cash Game. URL: [https:// coolidea.ru/2009/06/22/televiktorina](https://coolidea.ru/2009/06/22/televiktorina) (accessed 22.04.2018). (In Russ.)
5. Astafiev K. V. Victimological Aspect of Fraud: Criminal Law and Criminological Research. Candidate of Sciences (Law) dissertation. Rostov-on-Don, 2017. 182 p. (In Russ.)
6. Kozhin A. Word Game Live, or How we are Cheated. URL: <https://shkolazhizni.ru/money/articles/32978/u> (accessed: 20.04.2018). (In Russ.)
7. Bogomolov Yu. A. Chronicle of Swooping Television. Moscow, 2004. 365p. (In Russ.)
8. Bern E. People Playing Games. Moscow, 2007. 352 p. (In Russ.)
9. Gorelik O. Do not Play «Thimbles» with the TV. URL: <http://www.news.mnogonado.net...news...naperstki...televizorom.htm> (accessed 23.04.2018). (In Russ.)
10. Moreau Y. Definition of Fraud Detection Concepts. Moreau Yves, Preneel Bart. Leuven, 1996. 47 p.
11. Nechushkina A. S. Features of Adaptation of Foreign Teleformats for the Russian Television Market and its Legal Aspects. *Mediascope*. No. 3. 2014. Pp. 21–22. (In Russ.)

Submitted 02.03.2018