



ЦЕНТР СУДЕБНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ «ПРОФИЛЬ»

Индивидуальный предприниматель Макарова Инна Юрьевна

140404, Московская обл., г. Коломна, ул. Девичье поле, д.32

ОГРНИП 321508100146862 ИНН 502238345626

Тел. 8 926 375-66-09 e-mail: expert@innamakarova.com

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТА

г. Москва

**Производство исследования:**

начато: в 10 ч 00 мин 20 марта 2023 г.

окончено: в 12ч 00 мин 19 апреля 2023 г.

Специалист **Макарова Инна Юрьевна**, имеющая высшее профессиональное психологическое образование (клинический психолог высшей квалификационной категории, диплом ГБОУ ВПО «Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н.И. Пирогова» Минздравсоцразвития РФ КД №93972 от 25 июня 2012 г., квалификация «Психолог. Клинический психолог. Преподаватель психологии по специальности Клиническая психология», судебный эксперт-психолог, сертификат соответствия № РОСС RU.И1124.04ЖЛДО/23496, действителен по 01 ноября 2023 г.; повышение квалификации «Судебно-психологическая экспертиза», 180 час., АНО ДПО «Национальная академия дополнительного профессионального образования», опыт в области экспертной деятельности - с 2020 г.)

**на основании** Аттестата аккредитации на право проведения экспертизы информационной продукции от 01.11.2022 г., выданного Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

**провела** экспертизу информационной продукции.

**Заказчик:** Благотворительный фонд «Защиты детей от наркотиков».

**Основания проведения исследования:** Договор об оказании экспертных услуг №40Д02/03-23 от «20» марта 2023 года.

**Сведения об индивидуальном предпринимателе:** Индивидуальный предприниматель Макарова Инна Юрьевна (ОГРНИП 321508100146862, ИНН

Макарова И.Ю.

502238345626, адрес: 140404, Московская обл., г. Коломна, ул. Девичье поле, д.32).

**Вопросы, поставленные перед специалистом:**

1. Содержит ли данный видеоролик изображения или описания, причиняющие вред здоровью и (или) развитию детей, побуждающие к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества, алкогольную продукцию?

2. Какому минимальному возрасту, согласно № 436-ФЗ от 29.12.2010, соответствует содержимое видеоролика?

3. Имеются ли в видеоролике признаки пропаганды наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, алкогольных напитков, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке?

4. Содержится ли в видеоролике информация, которая прямо или косвенно направлена на формирование в сознании установок и (или) стереотипов поведения, либо имеющая цель побудить или побуждающая лиц, которым она адресована, к употреблению (приему) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров или алкогольной продукции?

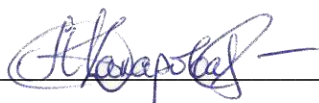
**На исследование представлено:**

1. Видеоролик «2023-03-18 02.25.13.mp4» объемом 295 375 135 Б (295,4 МБ) продолжительностью 07 минут 41 секунда.

**Применяемые в ходе исследования методы:**

1. **Органолептический метод** - установление конкретных характеристик объектов на основе анализа восприятий органов чувств — зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса.

2. **Метод анализа** – мысленное расчленение (разложение) любого сложного явления (как целого) на составляющие – более простые части, элементы. Посредством данного метода, выделялись и изучались отдельные,



Макарова И.Ю.

наиболее важные для решения поставленных вопросов свойства, стороны и отношения исследуемого объекта.

3. **Метод индукции** – метод перехода от знания отдельных фактов к знанию общего, к эмпирическим знаниям, обобщению и установлению общего положения.

4. **Метод дедукции** - переход от общих суждений к частным и всякое необходимое следование от одних высказываний, рассматриваемых в качестве посылок, к другим высказываниям с помощью законов и правил логики.

5. **Метод контент-анализа**, выявляющий фрагменты текста, затрагивающие поставленные вопросы.

6. **Метод интент-анализа**, который устанавливает содержание с точки зрения коммуникативной направленности текста.

7. **Метод лексико-семантического анализа**, который предполагает исследование лексического значения слов исследуемого текста.

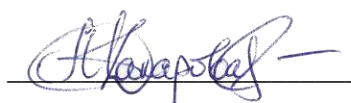
8. **Метод синтаксического анализа**, посредством которого оценивается синтаксис используемых слов и выражений, устанавливаются связи между словами и фрагментами текста.

9. **Метод лексико-стилистического анализа**, позволяющий выявить коннотации и экспрессивно-окрашенную лексику (в том числе, передающую неодобрение, оскорбления и т.п.).

10. **Прагматический анализ**, выявляющий намерения говорящего, его отношение и эмоциональную окраску сообщения;

11. **Метод анализа нормативно-возрастных особенностей детей**. Применение данного метода обусловлено тем, что при оценке воздействия информационной продукции на психологическое здоровье ребенка, а также на его физическое, психическое и нравственное развитие, дополнительно рассматривались и учитывались:

- нормативно-возрастные особенности развития психических процессов человека;



Макарова И.Ю.

- особенности восприятия им окружающей информации (влияющей на систему ценностей и поведение человека).

12. **Метод системного анализа**, при котором полученные результаты оцениваются в совокупности.

**Исследование объектов проводилось в соответствии со следующими нормативно-правовыми и справочно-методическими источниками:**

1. ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» от 31.05.01 г. № 73-ФЗ.

2. ФЗ от 29 декабря 2010 г. (ред. от 18.12.2018) N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

3. Россинская Е.Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе. - М.: НОРМА, 2008 г.

4. Россинская Е.Р., Галяшина Е.И, Зинин А.М. Теория судебной экспертизы: учебник. М: Норма, 2009. 384 с.

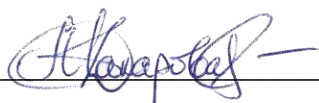
5. Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста? Памятка для судей, юристов СМИ, адвокатов, прокуроров, следователей, дознавателей и экспертов / Под ред. проф. М.В. Горбаневского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юридический Мир, 2006 г. [Серия «Библиотечка юриста СМИ»]. – 112 с. Агентство СІР РГБ.

6. Бельчиков Ю.А., Горбаневский М.В., Жарков И.В. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ: Сборник материалов. – М.: ИПК «Информкнига», 2010 г. – 208 с.

7. Баранов АН. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учебное пособие / А.Н.Баранов. – М: Флинта: Наука, 2007. – стр. 420.

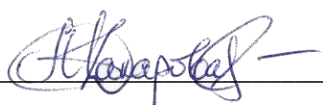
8. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. – М.: Издательство «ИКАР», 2007.

9. Учебник современного русского языка (Современный русский язык. Учебник. Под редакцией Н.С. Валгиной – 6-е издание, перераб. и дополненное). – М.:, Логос, 2003.



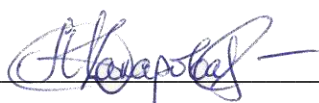
Макарова И.Ю.

10. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста. - М.: Флинта. Наука, 2007.
11. Бельчиков Ю.А. Стилистика и культура речи. М., 2002.
12. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2012;
13. Кронгауз М.А. Семантика. М., 2005.
14. Галяшина Е.И. Основы судебного речеведения. М.: СТЭНСИ, 2003.
15. Ефремова Т.Ф. Большой современный толковый словарь русского языка. М.: АСТ, Астрель, Харвест, 2006.
16. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000.
17. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Эксмо, 2008.
18. Левицкий Ю.А. Лингвистика текста. М., 2006.
19. Памятка по вопросам назначения судебной лингвистической экспертизы. - М.: Медея, 2004.
20. Спорные тексты СМИ и судебные иски: Публикации. Документы. Экспертизы. Комментарии лингвистов. - М.: Престиж, 2005.
21. Теоретические и методические основы производства судебной психолого-лингвистической экспертизы текстов по делам, связанным с противодействием экстремизму // Подготовлены Кукушкиной О.В., Сафоновой Ю.А., Секераж Т.Н. – М.: ГУ РФЦСЭ при Минюсте России, 2011.
22. Цена слова: из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. – 3 –е изд., испр. и доп. – М.: Галерея, 2002.
23. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 стр.
24. Выготский Л.С. Психология развития человека. М.: Эксмо, 2005.
25. Выготский Л.С. Психология. М.: Апрель-пресс, 2002.



Макарова И.Ю.

26. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов: Опыт исследования современной английской медиаречи: М.: УРСС Эдиториал, 2005.
27. Дольто Ф. На стороне подростка: Рама Пабблишинг, 2013.
28. Дубровина И.В. Психическое здоровье детей и подростков в контексте психологической службы. Екатеринбург: Деловая книга, 2000.
29. Захаров А.И. Как предупредить отклонения в поведении ребенка. М.: Просвещение, 1996.
30. Зейгарник Б.В. /под ред. М.Р. Гинзбурга. Психология личности: норма и патология Москва-Воронеж, 1998.
31. Серов Н.В. Символика цвета. М.: Страта, 2017.
32. Фрумкина Р.М. Психолингвистика: М.: Академия, 2006.
33. Эльконин Д.Б. Детская психология. 4-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия». 2007. 384 с.
34. Методика оценки уровня развития морального сознания (Дилеммы Л.Кольберга) / Диагностика эмоционально-нравственного развития. Ред. и сост. И. Б. Дерманова. — СПб., 2002. С.103-112.
35. Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. – 208 с.
36. Е.В. Харитоновна, В.В. Усачева // Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики/ Под ред. А.А. Леонтьева, Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2004.
37. Павлова Н.Д. и др. Интент-анализ. Основная, процедура, опыт использования. М.: Когито-Центр. 2017 г. 170 с.



Макарова И.Ю.

## ИССЛЕДОВАНИЕ

В исследовании использованы следующие термины.

**Обоснование** – подкрепление фактами, серьезными убедительными доводами.

**Оправдание** – признание правильным и допустимым какого-либо действия.

**Пропаганда** - [от лат. propaganda – то, что следует распространить] распространение и углубленное разъяснение каких-либо идей, учения и знаний среди широких масс населения или круга специалистов.

**Цитата** – дословная выдержка из какого-либо текста.

**Содержание (смысл высказывания)** – мысль, суждение или их фрагмент, отраженные в структуре высказывания (предложения, фрагмента текста, текста), а также складывающиеся из значений и порядка слов, составляющих высказывание.

**Информация (сведения)** – совокупность языковых высказываний о мире, событиях, положении дел, об отношении отправителя информации к этим событиям. Информация может быть, в частности:

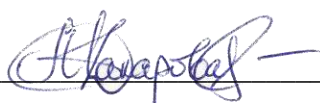
**фактической** – о конкретных ситуациях, происшествиях или событиях, о поступках или поведении физического лица, о деятельности лица юридического;

**обобщающей** – о типичных событиях, типичном поведении человека, типичных представителях каких-либо групп, о житейских обычаях и т.п.;

**этически оценочной** – о качествах и поступках людей, о ситуациях или событиях, которые в какой-либо картине мира, в какой-либо ценностной системе описываются как хорошие или плохие;

**концептуальной** – теоретико-аналитическая информация о природных или социальных закономерностях;

**директивной** – организующей поведение людей. Директивная информация может выражаться в различных формах, например, просьбы, требования, информирования об обязанностях. Адресат директивной



Макарова И.Ю.

информации – лицо или лица, по отношению к деятельности которых данная информация является организующей.

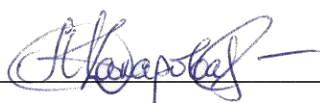
**Информационная продукция** - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

**Информационная продукция для детей** - информационная продукция, соответствующая по тематике, содержанию и художественному оформлению физическому, психическому, духовному и нравственному развитию детей.

**Информация, причиняющая вред здоровью и (или) развитию детей**, - информация (в том числе содержащаяся в информационной продукции для детей), распространение которой среди детей запрещено или ограничено в соответствии с настоящим Федеральным законом.

**Оценочное суждение** представляет собой субъективное, или психологическое, измерение. Вынося оценочное суждение, человек классифицирует, ранжирует, приписывает определенные числовые значения объектам, событиям или людям. Оценочное суждение рассматривается как отношение к человеку, объекту, принципу и т.д., основанное на том, насколько человек ценит их свойства или характеристики.

**Мнение** – (от англ. belief) - описание проблем или явлений, предложенное как возможное, причем его доказательность для других в рамках принятых норм (для знания) отсутствует или не считается исчерпывающей. Мнение – это в основном – точка зрения, которой придерживаются и которую выражают в виде гипотезы. Этот термин употребляется с коннотациями, что этого мнения придерживаются осознанно и оно основано, по крайней мере, на некоторых фактах или данных. Эти аспекты помогают различать мнение и убеждение, где



Макарова И.Ю.

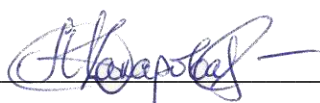


добавляется эмоциональный компонент, и установки - термин, который имеет намного более широкий диапазон семантических значений.

**Представление** - наглядный образ предмета, воспроизведенный по памяти в воображении. Образы представлений, как правило, менее яркие и менее детальные, чем образы восприятия, но в них находит отражение самое характерное для данного предмета. При этом степень обобщенности того или иного представления может быть различной, в связи с чем различают единичные и общие представления. Посредством языка, привносящего в представление общественно выработанные способы логического оперирования понятиями, происходит перевод представления в абстрактное понятие.

**Установка (Attitude)** — благоприятная или неблагоприятная оценка отдельного человека, предмета, события или идеи. Установка(аттитюд)-готовность, предрасположенность субъекта к восприятию будущих событий и действиям в определенном направлении; обеспечивает устойчивый целенаправленный характер протекания соответственной деятельности, служит основой целесообразной избирательной активности человека. Речь идет именно о готовности к предстоящему действию. Если навык относится к периоду осуществления действия, то установка к периоду, что ему предшествует. Установка имеет важное функциональное значение: это состояние готовности позволяет эффективнее выполнить соответственное действие. Но иногда механизмы установки могут ввести в заблуждение. Именно «ошибки установки», проявляемые в ошибочных действиях, восприятиях или оценках, относятся к ее самым выразительным проявлениям.

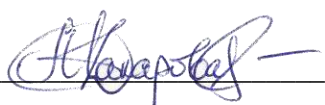
На исследование представлен видеоролик «2023-03-18 02.25.13.mp4» объемом 295 375 135 Б (295,4 МБ) продолжительностью 07 минут 41 секунду. Видеоролик представляет собой документальный фильм о Владиславе Галкине. Первые несколько секунд ролика содержат предупреждение зрителей: *«В данном фильме содержатся сцены курения и употребления алкогольных напитков.»*



Макарова И.Ю.

*Курение и чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»,* выполненное белым шрифтом на черном фоне. Далее текст видеоролика начинается со слов *«В нашем обществе иногда можно услышать идею о том, что наркотики или алкоголь способствуют развитию таланта и творческих способностей, или помогают снять стресс и усталость артистов»* и заканчивается словами *«Но в реальности осталось лишь горе потери для его семьи и многочисленных поклонников...»*. Завершающие кадры видеоролика имеют выведенный на экран текст *«Решения принимаются на основе фактов. Теперь у вас есть эти факты. Решение за вами. Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА»*. На последних пяти секундах показаны источники информации с конкретными ссылками (*«Для создания видео использовались следующие материалы:...»*), а также указание на создателей видеоролика: *«2022 Благотворительный фонд «Защити детей от наркотиков». Все права защищены»*.

Видеоролик представляет собой короткометражный ролик в жанре документальный фильм. Это кинематографический жанр, который основывается на реальных событиях, людях и местах. Он представляет собой документальное повествование о какой-то теме, проблеме или истории, используя интервью, архивные материалы, съемки в реальном времени и другие методы. Документальные фильмы могут быть разных жанров: от научно-популярных до политических, от исторических до социальных. В данном случае представлен социальный документальный фильм, который, рассказывая о жизни знаменитого актера Владислава Галкина, затрагивает темы алкогольной зависимости. Видеоролик содержит в себе описания последствий чрезмерного употребления алкогольной продукции, которые наступили в жизни актера, акцентируется внимание зрителей на изменении качества жизни актера после появления в ней алкоголя: *«Его здоровье начало разрушаться. У Владислава появились все признаки злоупотребления спиртным: увеличенная селезенка, проблемы с поджелудочной железой, жировой гепатоз печени (когда клетки печени*



заменяются жировыми — из-за частого употребления алкоголя)», «Но из-за пристрастия к спиртному жизнь его полетела под откос. Алкоголь не только не помог ему справиться с переживаниями и трудностями в жизни. Он забрал у него эту жизнь».

Исследуемый короткометражный фильм призван пробудить в зрителях осознанное желание отказаться от употребления алкоголя и ознакомиться с отрицательными социальными, психологическими и биологическими последствиями, которые могут возникнуть при его употреблении.

Целевым назначением видеоролика о Владиславе Галкине является формирование устойчивого мнения отказаться от употребления алкоголя, которое должно возникнуть на основании фактов из жизни актера: *«Решения принимаются на основе фактов. Теперь у вас есть эти факты. Решение за вами. Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА».*

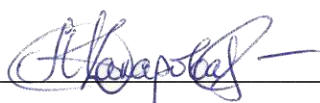
Исследуемый короткометражный ролик имеет четко выраженные признаки социального документального фильма:

1. В содержании ролика отсутствует указание на конкретную целевую аудиторию, на которую он направлен. Фильм обращается к широкой аудитории и затрагивает актуальную проблему чрезмерного употребления алкоголя, которая влияет на многих людей.

2. Фильм содержит полезную информацию и ценные уроки, которые могут помочь зрителям оценить вред алкоголя и принять решение отказаться от него.

3. Ролик представляет алкоголь как негативный фактор, который может привести к серьезным последствиям для здоровья, семьи и общества в целом (в том числе и привести к смерти).

4. Фильм нацелен на то, чтобы вдохновить зрителей на действия и привести к изменению их поведения в отношении употребления алкоголя (*«Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА»*).



5. Видеоролик имеет целью привести к общественной дискуссии о проблеме алкоголизма и способствовать повышению осведомленности об этой проблеме наибольшего числа людей.

В фильме имеется текст, который представлен в устной форме (голос за кадром). Текст делится на три смысловых блока:

- вступительная часть – ставится проблема и обосновывается выбор темы: *«Но, с другой стороны, есть очень много фактов того, как творческие люди сгорали от алкоголя и наркотиков, как теряли свои способности, деградировали и погибали»,*

- основная часть – биографические факты жизни самого актера, описание его истории: *«Владик Галкин попал на съёмочную площадку, когда ему было всего 9 лет»,*

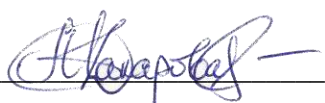
- заключительная часть – выводы по предоставленной информации: *«Решения принимаются на основе фактов. Теперь у вас есть эти факты. Решение за вами. Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА».*

Применение стилистического анализа позволяет определить, что анализируемый текст ролика написан в публицистическом стиле. В нем присутствует характерная для публицистического стиля:

- оценочная и эмоционально окрашенная лексика (использование слов и фраз, которые вызывают определенные эмоции или чувства у читателя или слушателя): *талантливым и востребованным, скандальный дебош, все большей проблемой, легко, всегда был в центре кутежей, звездная карьера, легендарные картины, соскальзывать в пропасть, расклеенный в ноль, пьяные загулы, измены* и так далее,

- стандартные конструкции: *признаки злоупотребления, по окончании института, будучи студентом, жировой гепатоз печени, по данным экспертов, причина смерти* и так далее,

- использование риторических вопросов и восклицаний для усиления эффекта на зрителя: *«Я вижу, что расклеенный в ноль!», «Кто знает, какие еще*



*образы мог бы создать Влад на экране, сколько бы героев увидели свет благодаря его актерскому таланту?».*

Публицистический стиль используется в видеоролике для воздействия на зрителя через легко воспринимаемый текст, благодаря большому количеству эмоциональной и оценочной лексики. То есть, данный текст доступен для понимания в том числе и подросткам. Таким образом, ролик имеет целью не только информировать о событиях, произошедших в жизни Владислава Галкина, но и воздействовать на адресатов, создавая негативную эмоциональную нагрузку по отношению к алкогольной продукции.

Представленный на исследование видеоролик, как коммуникативный инструмент, включает ряд важных элементов:

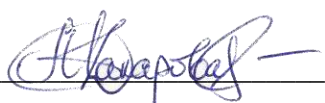
- адресант: видеоролик создан от лица благотворительного фонда «Защити детей от наркотиков», о чем сообщается на последних секундах фильма;

- адресат: все зрители данного видеоролика;

- цель коммуникации: авторы видеоролика ставят своей целью сообщить о том, как прием любых наркотиков и алкоголя разрушает жизни: *«Но, с другой стороны, есть очень много фактов того, как творческие люди сгорали от алкоголя и наркотиков, как теряли свои способности, деградировали и погибали. ... Мы собрали факты, подтверждающие это. Это истории реальных людей, тех, кого мы знали, видели на экранах каждый день, чьи фильмы, песни, картины нас восхищали и вдохновляли. Истории тех, кого больше среди нас нет».*

Кроме голоса за кадром, читающего текст, видеоролике присутствуют визуальные образы, которые можно поделить на смысловые блоки:

- вступительная часть – совокупность изображений, сменяющихся друг за другом, в процессе рассказа вступительной части текста (изображения алкогольных напитков, людей в разных местах, а также портреты известных людей – актеров, певцов и других),



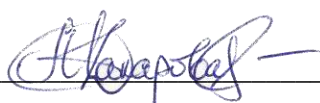
- основная часть – сопровождающие голос за кадром фотографии, в том числе из жизни Владислава Галкина, вырезки из его фильмов, видео из архивов его жизни,

- заключительная часть – белый текст на сине-черно-белом фоне, появляется, как на слайдах презентации, друг за другом: *«Решения принимаются на основе фактов. Теперь у вас есть эти факты. Решение за вами. Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА».*

**Исследование видеоролика по вопросам 1: «Содержит ли данный видеоролик изображения или описания, причиняющие вред здоровью и (или) развитию детей, побуждающие к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества, алкогольную продукцию?» и 2: «Какому минимальному возрасту, согласно № 436-ФЗ от 29.12.2010, соответствует содержимое видеоролика?».**

С помощью синтаксического анализа, который определяет связь между словами в предложении и между предложениями в тексте, специалист выявил референциальные и межфразовые связи слов в исследуемом видеоролике. Использование этих методов анализа помогает более глубоко понять структуру текста и выявить его особенности. Лексико-семантический анализ текста дал возможность выявить отсутствие следующих категорий словесных средств в тексте объекта:

- обценная и бранная лексика,
- описывающие сцены насилия,
- описывающие сцены употребления алкоголя, табака или наркотиков несовершеннолетними лицами,
- описывающие сцены эротического или порнографического характера.



Макарова И.Ю.

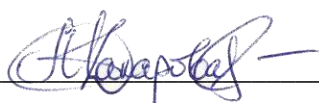
В соответствии с требованиями ФЗ № 436-ФЗ к принципам классификации информационной продукции и с учетом:

- тематики,
- художественного оформления,
- особенностей восприятия содержащейся в ней информации детьми разных возрастов,
- вероятности нанесения содержанием информационной продукции вреда здоровью и развитию детей,

были определены подкатегории контент-анализа, сгруппированные в следующие категории патогенных факторов:

*Таблица №1*

<b>№ фактора</b>	<b>Категория</b>	<b>Категория включает:</b>
1.	Жестокость и насилие	Изображение или описание жестокости, или насилия; натуралистический процесс лишения жизни или нанесения увечий; отсутствие сострадания к жертве и осуждения жестокости.
2.	Страх, ужас, паника	Изображение или описание в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии, катастрофы и их последствий
3.	Половые отношения	Натуралистическое изображение или описание половых отношений; не эпизодическое ненатуралистическое изображение или описание половых отношений; изображение или описание действий сексуального характера; эксплуатирующие интерес к сексу ненатуралистические изображения или описания половых отношений; ненатуралистические эпизодические изображения или описания половых отношений, имеющие возбуждающий или оскорбительный характер; порнография
4.	Противоправное и антиобщественное поведение	Оправдание противоправного поведения; информация, вызывающая желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво, наркотические средства, психотропные или одурманивающие вещества; информация, побуждающая принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством; демонстрация наркотических средств, психотропных или одурманивающих веществ
5.	Бранные слова и выражения	Нецензурную брань; бранные слова и выражения, насыщающие контент не эпизодически, то есть не являющиеся «отдельными»



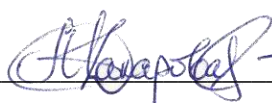
Макарова И.Ю.

6.	Семейные ценности	Отрицание семейных ценностей; информацию, формирующую неуважение к родителям или другим членам семьи
----	-------------------	--

Применение методов качественного контент-анализа и интент-анализа позволило сделать следующие выводы относительно наличия или отсутствия ряда категорий в исследуемом видеоролике:

*Таблица №2*

Категории	Подкатегории	Содержание в объекте экспертизы (элементы содержания, изображение, описание, визуальные образы)
Жестокость и насилие	Ненатуралистический процесс лишения жизни или нанесения увечий при отсутствии сострадания к жертве или осуждающего отношения к жестокости и насилию, то есть обосновывающий и оправдывающий насилие и жестокость.	Нет
Страх, ужас, паника	Натуралистическое изображение или описание смерти, заболевания, аварии, катастрофы и их последствий.	Нет
Половые отношения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Эксплуатирующие интерес к сексу описание и изображение половых отношений мужчины и женщины;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Возбуждающий или оскорбительный характер изображения или описания половых отношений;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Натуралистическое изображение или описание половых отношений;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изображение или описание действий сексуального характера (мужеложство, лесбиянство, орально-генитальный, анально-генитальный контакты, иные способы удовлетворения половой потребности);</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Порнография.</li> </ul>	Нет



Макарова И.Ю.



Противоправное и антиобщественное поведение	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Побуждение к совершению действий, представляющих угрозу жизни и здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Оправдание противоправного поведения (правонарушения);</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Побуждение к совершению антиобщественных действий, потреблению алкогольной и наркотической продукции, табака и т.п.</li> </ul>	Нет
Бранные слова и выражения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Нецензурная брань;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Эпизодически произносимые бранные слова, не относящиеся к нецензурной брани.</li> </ul>	Нет
Семейные ценности	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрация отрицательного отношения к мировоззренческим и нравственным установкам, обеспечивающим культурное и демографическое воспроизводство народов России;</li> </ul>	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование неуважения к родителям и другим членам семьи.</li> </ul>	Нет

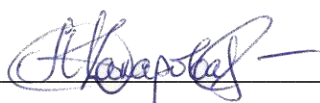
В тексте исследуемого объекта было установлено наличие:

- использование лексем «алкоголь» и «наркотики» - на протяжении всего видеоролика,

- описание жизни актера, который употреблял алкоголь («*Вместе с друзьями он много пил и гулял*»),

- описания последствий действия алкоголя на здоровье и эмоциональное состояние человека, на его нравственные ценности («*У Владислава появились все признаки злоупотребления спиртным: увеличенная селезенка, проблемы с поджелудочной железой, жировой гепатоз печени*»).

В видеоряде ролика было уставлено наличие изображений самой алкогольной продукции или ее употребления:



Макарова И.Ю.

- 00:09: изображение - лежащие на коричневом столе таблетки разной формы и цвета, высыпанные из баночки, бокал с коричневой жидкостью и часть бутылки, порошок белого цвета, собранный в небольшие линии, на зеркале, скрученная бумага по типу сигареты,

- 00:10: изображение - рука, держащая прозрачного стекла бутылку с черной крышкой,

- 00:24: изображение, на котором имеется барная стойка, вдоль которой выставлены небольшие рюмки с коричневой жидкостью, в одну из рюмок наливают коричневую жидкость из бутылки с металлическим носиком,

- 02:28: изображение головы мужчины с открытым ртом, в который с двух сторон из бутылок (предположительно стеклянных) наливают прозрачную жидкость, маркировки бутылок не видны, на фоне видны стоящие люди,

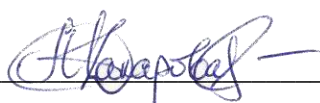
- 02:30: изображены пять винных бокалов, которые держат люди и соединяют их («чокаются»), в трех бокалах желтоватая жидкость, в двух – красная жидкость,

- 02:32: изображение семи молодых людей (девушки и парни), которые разбирают со стола баночки чего-то (маркировки не видно), на столе имеется еда, напиток Ситро, баночки Red Bull, белые одноразовые стаканы, бутылка из зеленого стекла (предположительно шампанское),

- 02:35: изображение – восемь человек сидят кругом (кто-то на ковре на полу, кто-то на диване или креслах), в центре круга на ковре стоят пластиковые и стеклянные бутылки (предположительно с пивом, маркировок не видно), также стоит стеклянная тарелка с чем-то внутри,

- 03:18-03:24: видеоряд – вырезка из фильма, где актер, облокотившись на фуру, курит, следующий отрывок – актер стоит с девушкой и держит в руках сигарету,

- 03:30-03:33: отрывок из фильма – Галкин на корточках общается с седым мужчиной, сидящем на колесе фуры и курящем,



Макарова И.Ю.

- 04:11-04:17: видеоряд – Галкин изображен по грудь с пивным бокалом, в котором имеется напиток, он подносит бокал к губам, но глотка не делает,
- 05:12: изображение – лицо Галкина с прислоненной к нему прозрачной бутылкой (маркировка отсутствует),
- 05:39-05:47: два изображения – лица актера с сигаретой во рту,
- 05:48-05:51: изображение – актер Галкин по пояс с прозрачным высоким стаканом в руке (в стакане прозрачная жидкость).

Все вышеперечисленные изображения и видео-отрывки, содержащие алкогольную продукцию, наркотические средства и сигареты, использованы в фильме уместно, в соответствии с произносимым в этот момент текстом, как иллюстрации к рассказу.

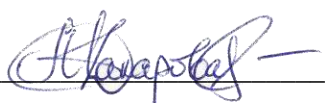
Исследуемый видеоролик содержит всю вышеуказанную информацию, поскольку его главная цель - создать негативное представление об алкоголе и внушить зрителям желание осознанно отказаться от употребления алкогольной продукции и наркотических веществ.

Данные задачи реализуются в тексте видеоролика посредством использования большого количества резко отрицательных лексем относительно алкогольной продукции:

*«...сгорали от алкоголя и наркотиков, как теряли свои способности, деградировали и погибали»* - резко негативная оценка через экспрессивно сниженные глаголы *«сгорали»*, *«теряли»*, *«деградировали»*, *«погибали»*,

*«...заливал алкоголем ...»* - глагол *«заливал»* имеет негативную окраску, показывает негативное отношение автора текста к такому поведению,

*«...все признаки злоупотребления спиртным: увеличенная селезенка, проблемы с поджелудочной железой, жировой гепатоз печени ...»* - существительное *«злоупотребление»* является негативным, указаны негативные последствия употребления большого количества алкоголя (*«злоупотребление»*),



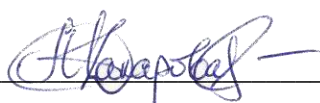
«...пьяные загулы мужа...» – указаны негативные действия – результаты чрезмерного употребления большого количества алкоголя («загулы» - негативно-оценочное слово, обозначающее аморальное поведение) и так далее.

Текст содержит в себе много негативных оценочных суждений в отношении алкоголя и наркотиков, отсутствует скрытая реклама алкогольной продукции или сигарет. Отсутствует информация о положительном эффекте, который оказывают алкоголь и наркотики при их употреблении. Напротив, в видеоролике делается акцент на негативных последствиях чрезмерного употребления алкогольной продукции («Но из-за пристрастия к спиртному жизнь его полетела под откос. Алкоголь не только не помог ему справиться с переживаниями и трудностями в жизни. Он забрал у него эту жизнь»).

Следовательно, в исследуемом материале имеется информация, оправданная ее жанром и сюжетом, а **именно помогающая осознанно отказаться от употребления алкоголя**, а не побуждающая к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить алкогольную продукцию, наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества.

Основываясь на результатах проведенного исследования и на основании Федерального закона от 29.12.2010 (ред. от 18.12.2018) № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» можно сделать вывод **об отсутствии** в исследуемом объекте **информации, запрещенной для детей**.

В рамках проведенного исследования специалист считает целесообразным отнести представленный видеоролик к категории **«информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет»**. Это обусловлено тем, что исследуемый видеоролик имеет целью создать негативное отношение у зрителя к употреблению алкогольной и наркотической продукции. Таким образом, целевая аудитория этого материала должна иметь нижний возрастной порог -



Макарова И.Ю.

дети от 12 лет, а в случае, если отнести фильм к иной категории, видеоролик не будет носить своего профилактического назначения.

Важное значение имеет то, что первичная профилактика алкоголизма — это комплекс мер, направленный на предупреждение возникновения алкогольных расстройств<sup>1</sup>. Соответственно, первичная профилактика должна вестись среди лиц, которые не только не употребляют алкоголь системно и не имеют алкогольных расстройств, но и среди тех, кто ни разу не пробовал алкоголь для упреждения первой пробы. Для того, чтобы профилактическое воздействие на реципиента было успешным, важно определить тот возрастной период реципиента, когда профилактическое воздействие будет наиболее эффективным.

В случае первичной профилактики употребления алкоголя необходимо знать сведения о среднем возрасте его первого употребления реципиентом и среднем возрасте перехода на регулярное употребление алкоголя.

Научные и статистические исследования сообщают о снижении возраста первого употребления алкоголя за последние 20 лет. Средний возраст первого употребления по разным данным составляет от 12 до 13-14 лет<sup>2</sup>.

Это представляется крайне опасным, поскольку для формирования устойчивой алкогольной зависимости подросткам, вследствие особенностей функционирования организма и психики, требуется лишь 3-4 года<sup>3</sup>. Алкоголизм у подростков формируется в 3-4 раза быстрее, чем у взрослых<sup>4</sup>. Соответственно, при начале употребления алкоголя в 12 лет и дальнейшем его регулярном приеме уже к 15-16 годам у подростка может развиваться алкогольная

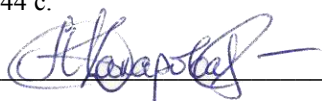
---

<sup>1</sup> Амлаев К.Р. Злоупотребление алкоголем: эпидемиологические, патофизиологические, терапевтические аспекты и стратегии профилактики // Врач. 2021. №4. 10-13

<sup>2</sup> Шайхелисламова М.В., Дикопольская Н.Б., Ситдииков Ф.Г. Профилактика алкоголизма и наркомании в школьном возрасте: Учебное пособие. Изд. дополнен. / Казань, Отечество, 2012. 207 с.; Алёхин А.Н., Локтева А.В. Клинико-психологические аспекты алкоголизации подростков // Ученые записки университета Лесгафта. 2011. №12. С. 11-15

<sup>3</sup> Максимова Н.Ю. Психологическая профилактика алкоголизма и наркомании несовершеннолетних. Ростов н/Д : Феникс. 2000. 383 с.

<sup>4</sup> Еникеева Д. Д. Как предупредить алкоголизм и наркоманию у подростков. - 2-е изд., стереотип. - М., 2001. - 144 с.



Макарова И.Ю.

зависимость, требующая комплексного медицинского и психологического лечения.

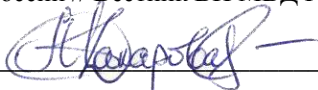
Данные ГИАЦ МВД России свидетельствуют о резком падении общего количества несовершеннолетних, поставленных на учет в ПДН ОВД в 2020-2021 г, (что, вероятнее всего, связано в большей степени с мерами самоизоляции вследствие пандемии COVID-19), при этом количество несовершеннолетних, поставленных на учет в связи с употреблением алкоголя, осталось практически неизменным, что говорит о сохранении тенденции к подростковой алкоголизации<sup>5</sup> (Таблица №3).

*Таблица №3. Количество несовершеннолетних, поставленных на профилактический учет в ПДН ОВД России за 2014-2021 гг.*

Наименование показателей	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Общее количество несовершеннолетних, поставленных на учет в ПДН ОВД, тыс чел	143,5	146,9	145,9	147,2	141,4	144,6	129	127,6
В том числе в связи с употреблением алкоголя, тыс чел	34,6	33,3	33,3	35,6	32,9	38,7	35,2	33,5
Удельный вес несовершеннолетних, поставленных на учет в ПДН ОВД в связи с употреблением алкоголя %	24,14 %	22,69 %	22,83 %	24,16 %	23,3 %	26,73 %	27,25 %	26,28 %

То есть, как было сказано ранее, наиболее оптимальный возраст начала активной первичной профилактики употребления алкоголя среди детей,

<sup>5</sup> Кулешов А.А. Современное состояние и профилактика пьянства и алкоголизма среди несовершеннолетних в России // Вестник ВИ МВД России. 2022. №2. С. 270-275

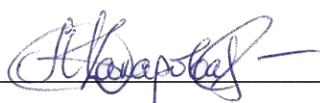
 Макарова И.Ю.

учитывая статистические данные, а также особенности восприятия и переработки информации в зависимости от возрастных периодов - с 12 лет.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать вывод, что видеоролик «2023-03-18 02.25.13.mp4» продолжительностью 07 минут 41 секунду о Владиславе Галкине следует отнести к категории **«информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет»**. Также информационная продукция должна иметь знак информационной продукции «12+».

**Исследование видеоролика по вопросу 3: «Имеются ли в видеоролике признаки пропаганды наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, алкогольных напитков, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке?»**

Пропаганда [от лат. propaganda – то, что следует распространить] представляет собой распространение и углубленное разъяснение каких-либо идей, учения и знаний среди широких масс населения или круга специалистов. При этом под распространением следует считать передачу информации от одного лица к другим лицам в условиях публичности или / и с использованием средств массовой информации. Пропаганда – это углубленное разъяснение, распространение сведений о преимуществах чего-либо. Пропаганда представляет собой деятельность, направленную на то, чтобы повлиять на сознание индивидов, отдельных общественных групп или на общество в целом для достижения определенной, заранее намеченной цели. Осуществляется пропаганда путем распространения среди широкого круга лиц идей, взглядов, представлений или побуждения к каким-либо действиям. Лингвистические признаки пропаганды выявляются, когда речь идет о распространении представлений о каких-либо свойствах, выгодно отличающих один вид



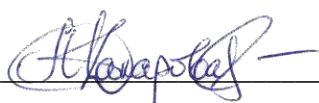
Макарова И.Ю.

продукции от других, при этом истинность, достоверность распространяемых сведений значения не имеет.

Таким образом, пропаганда это:

1. распространение информации (идей, побуждений к действиям),
2. выражаемое языковыми средствами аудиовизуальными,
3. направленное на широкий круг людей, взглядов, представлений,
4. имеющее целью воздействие (манипуляцию) на общественное сознание и поведение,
5. предполагающее сознательный предварительный отбор фактов и аргументов,
6. допускающее отбрасывание некоторых важных фактов, искажение отдельных фактов или использование ложных фактов,
7. имеющее форму призывов, воззваний, поучений, советов, предостережений, требований, угроз.

Пропаганда, как правило, подразумевает популяризацию и распространение каких-либо идей и мнений с целью их утверждения в массовом сознании и превращения из знаний в убеждения. Многие исследователи обращают внимание на системность и массовость средств пропаганды, ведь внушение должно дойти до каждого и сознанием каждого овладеть, утвердиться в форме стереотипов и установок поведения. В психологии принято различать убеждение адресата в какой-либо идее и демонстрирование адресату своей точки зрения, мнения об актуальной ситуации. О наличии лингвистических и психологических признаков пропаганды определенных взглядов можно говорить, если имеет место сочетание речевой цели убедить адресата с изложением этих взглядов. Таким образом, «пропаганде с точки зрения специальных знаний соответствует коммуникативное действие убеждение, то есть побуждение адресата к изменению точки зрения, к определенным взглядам».



Макарова И.Ю.



Для пропагандирующих что-либо текстов характерно наличие следующих составляющих:

- 1) определенная идея, признаки изложения каких-либо взглядов;
- 2) положительная оценка идеи/взглядов, утверждение о ее/их правильности;
- 3) наличие у автора высказывания речевой цели убедить аудиторию в правильности, необходимости принятия данной идеи, взглядов.

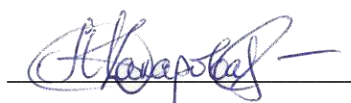
Призыв – это метод пропаганды, который заключается в побуждении людей к определенным действиям или поведению. Он может использоваться для достижения различных целей, например, для продвижения товаров или услуг, для привлечения голосов избирателей, для поддержки социальных и политических инициатив и так далее. Призыв может быть основан на различных аргументах, таких как логика, эмоции, авторитетность или иные, и может быть сопровожден различными приемами, такими как убеждение, уговоры, угрозы и другое. Он может быть использован как для достижения позитивных, так и негативных результатов, поэтому его использование должно быть осознанным и ответственным.

В конце видеоролика присутствуют призывы, как методы побуждения к каким-либо действиям:

*«Скажи алкоголю «нет»* - использован глагол повелительного наклонения единственного числа *«скажи»*, который убеждает принять решение не употреблять алкоголь (после глагола стоит отрицательная частица *«нет»*),

*«Скажи жизни «да»* – использован глагол повелительного наклонения единственного числа *«скажи»*, который побуждает выбрать здоровый образ жизни и саму жизнь (после глагола стоит положительная частица *«да»*).

Данные конструкции нельзя отнести к пропаганде алкогольной продукции, так как целью этих призывов является формирование у целевой аудитории осознанного желания отказаться от употребления алкоголя. Конструкции,



относящиеся к пропаганде наркотиков, в том числе призывы, относящиеся к наркотическим веществам, в исследуемом видеоролике отсутствуют.

Таким образом, в представленном видеоролике о Владиславе Галкине **отсутствуют лингвистические признаки пропаганды** наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

**Исследование видеоролика по вопросу 4: «Содержится ли в видеоролике информация, которая прямо или косвенно направлена на формирование в сознании установок и (или) стереотипов поведения, либо имеющая цель побудить или побуждающая лиц, которым она адресована, к употреблению (приему) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров или алкогольной продукции?».**

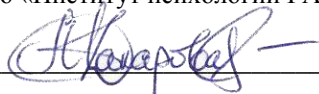
Исследование текста видеозаписи «2023-03-18 02.25.mp4» методом интенционального анализа позволило получить следующие результаты.

Коммуникативная (речевая) интенция – это коммуникативное намерение; намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании определенное субъективное значение, выразить коммуникативный смысл<sup>6</sup>. Мотив и цель употребления высказывания (иными словами, замысел говорящего с планированием того или иного воздействия на адресата) определяют речевую интенцию.

Видеозапись «2023-03-18 02.25.mp4» является примером недиалогового дискурса (адресат видеозаписи не участвует непосредственно в общении), имеющего заранее подготовленную фиксированную текстовую форму, которую зачитывает голос за кадром. Единицей анализа данного недиалогового дискурса является высказывание (предложение). Коммуникативный контекст видеозаписи включает следующее:

---

<sup>6</sup> Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. – 208 с.



- адресант (автор): видеозапись создана Благотворительным фондом «Защити детей от наркотиков», конкретные авторы видеозаписи не указаны (согласно кадру с текстом на отрывке 7 мин. 35 сек.).

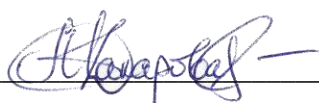
- адресат: видеозапись адресована неопределенному кругу слушателей.

- пресуппозиции автора (исходный фонд знаний высказывания): авторы рассказывают биографические факты российского актера Владислава Борисовича Галкина в контексте употребления им алкоголя и влияния алкогольной зависимости на жизнь и здоровье актера. Авторы видеозаписи сообщают, что факты, упомянутые в тексте видеозаписи, взяты из описываемых на кадре с текстом (7 мин. 35 сек.) онлайн-источников, прилагаются ссылки на интернет-сайты, содержащие данные статьи и видео (4 новостных сайта, 1 сайт публикации авторских текстов, 2 статьи из сайта онлайн-дневников, 1 фильм на сайте размещения видеороликов, 1 статья из энциклопедии Википедия, посвященной Владиславу Галкину).

- цель сообщения: авторы видеозаписи обозначают цель видеозаписи как сообщение фактов о пагубном влиянии алкоголя посредством рассказа о жизни реальных людей (0 мин. 56 сек.- 1 мин. 10 сек.). В данной видеозаписи рассказывается об актере Вячеславе Галкине.

Внутренняя организация видеозаписи: видеозапись состоит из аудиоряда и видеоряда. Аудиоряд представляет собой читаемый закадровым мужским голосом текст и фоновую музыку. Видеоряд представляет собой сменяющие друг друга фотографии, отрывки из видеосъемок (кадры из фильмов, в которых снимался Владислав Галкин), кадры с текстом.

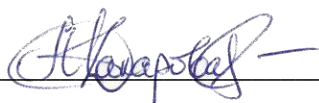
Текст аудиоряда видеозаписи написан в публицистическом стиле по типу повествование, содержит рассуждения авторов о влиянии приема алкоголя на людей творческих профессий, факты из биографии актера Владислава Галкина, в том числе связанные с его употреблением алкоголя.



Макарова И.Ю.

При интент-анализе направленности смыслового содержания текста видеозаписи было выделено 17 имеющихся в тексте категорий интенций (см. Таблица №4):

- информирование о последствиях приема алкоголя,
- информирование о фактах из жизни В. Галкина, не связанных с употреблением им алкоголя,
- информирование о фактах из жизни В. Галкина, связанных с употреблением алкоголя,
- предостережение (текстовое предупреждение в начале видеозаписи «Курение и чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» 0 мин. 1 сек.- 0 мин. 4 сек., а также предупреждение о негативных последствиях приема алкоголя),
- опровержение взглядов (намерение опровергнуть мнение о якобы положительном влиянии приема алкоголя на творческие способности человека),
- акцентирование негативных последствий приема алкоголя (демонстрация конкретных примеров негативного последствия употребления алкоголя),
- привлечение внимания (формирование заинтересованности реципиента видеозаписи, удержание его внимания и акцентирование его внимания на определенных моментах),
- формирование негативного представления об употреблении алкоголя (создание негативного образа алкоголя и последствий его приема у реципиента видеозаписи),
- осуждение (как приема алкоголя в целом, так и приема алкоголя Владиславом Галкиным),
- усиление негативных последствий приема алкоголя (более эмоциональное фиксирование на негативных последствиях приема алкоголя),
- негативное прогнозирование (прогнозирование негативных последствий приема алкоголя),



Макарова И.Ю.

- позитивное прогнозирование (предположение о будущих событиях в отсутствие употребления алкоголя),

- позитивная оценка Владислава Галкина (положительная оценка профессиональных и личностных качеств Владислава Галкина без употребления им алкоголя),

- негативная оценка Владислава Галкина (негативная оценка профессиональных навыков и личностных качеств Владислава Галкина, изменившихся под воздействием употребления им алкоголя),

- сожаление (сожаление об употреблении Владиславом Галкиным алкоголя, приведшем к негативным последствиям),

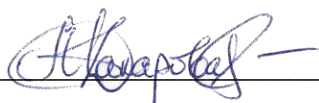
- предоставление выбора (акцентирование реципиента на наличии у него возможности выбора при условии наличия фактов, предоставленных в данной видеозаписи, 7 мин. 24 сек. – 7 мин. 25 сек.),

- призыв к отказу от алкоголя (прямой призыв «Скажи алкоголю «НЕТ» 7 мин. 25 сек.- 7 мин. 27 сек. и прямой призыв «Скажи жизни «ДА» 7 мин. 27 сек.- 7 мин. 34 сек.).

В 77 единицах интент-анализа (предложениях текста видеозаписи) выявлено 154 интенции, что говорит о низкой интенциональной насыщенности текста видеозаписи. В среднем, высказывания в тексте видеозаписи содержат 2 интенции (то есть коммуникативных намерения), что означает явное и недвусмысленное выражение этого намерения в тексте.

Описанные интенции формируют три ведущие интенциональные направленности (ВИН) видеозаписи:

- создание негативного образа алкоголя и последствий его употребления,
- усиление негативного образа алкоголя и последствий его употребления посредством демонстрации фактов о жизни и здоровье актера Владислава Галкина до употребления алкоголя и после,
- прямое направление на трезвость.

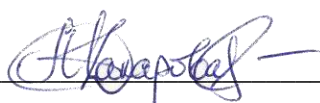


Макарова И.Ю.

В Таблице №4 подграфа «Абсолютная частота» в графе «Выраженность интенций» отражает буквальное количество интенций данной категории по всему тексту видеозаписи. «% от всех интенций» в графе «Выраженность интенций» отражает процент категории интенций от суммарного количества интенций в тексте. «% выраженности ВИН» отражает сумму процентной выраженности категорий интенций, входящих в ВИН.

**Таблица №4. Интенциональная направленность видеозаписи**

№	Ведущая интенциональная направленность (ВИН)	Интенция	Выраженность интенций		Выраженность ВИН %
			Абс. частота	% от всех интенций	
1	Создание негативного образа алкоголя и последствий его употребления	Акцентирование на негативных последствиях употребления алкоголя	20	13,0%	36,4%
2		Информирование о последствиях приема алкоголя	10	6,7%	
3		Формирование негативного представления об употреблении алкоголя	9	6,0%	
4		Привлечение внимания	6	3,7%	
5		Осуждение приема алкоголя	5	3,2%	
6		Предостережение	5	3,2%	
7		Опровержение взглядов	1	0,6%	
8	Усиление негативного образа алкоголя и последствий его употребления посредством демонстрации фактов о жизни и здоровье актера Владислава Галкина до употребления алкоголя и после	Информирование о фактах из жизни В. Галкина, не связанных с употреблением им алкоголя	31	20,1%	61,1%
9		Информирование о фактах из жизни В.Галкина, связанных с употреблением алкоголя	24	15,6%	
10		Негативная оценка В. Галкина	11	7,1%	
11		Сожаление об употреблении алкоголя В. Галкиным	10	6,7%	

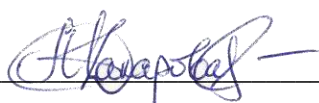


Макарова И.Ю.

12		Позитивная оценка В. Галкина	7	4,5%	
13		Усиление негативных последствий употребления алкоголя	7	4,5%	
14		Негативное прогнозирование	4	2,6%	
15	Прямое направление на трезвость	Призыв к отказу от употребления алкоголя	2	1,3%	2,5%
16		Позитивное прогнозирование	1	0,6%	
17		Предоставление выбора	1	0,6%	

**ВИН «Создание негативного образа алкоголя и последствий его употребления»** имеет выраженность 36,4% и состоит из интенций привлечения внимания к проблеме употребления алкоголя, информирования о негативных последствиях приема алкоголя и акцентирования на них, формирования негативного представления об употреблении алкоголя. Также в структуре данного ВИН выявляется направленность на осуждение приема алкоголя и предостережение от его употребления, а также опровержение представлений об алкоголе, как о стимуляторе творческих возможностей человека.

**ВИН «Усиление негативного образа алкоголя и последствий его употребления посредством демонстрации фактов о жизни и здоровье актера Владислава Галкина до употребления алкоголя и после»**, обладающий максимальной выраженностью среди всех ВИН текста видеозаписи (61,1%), состоит из противоположных по смыслу интенций: информирование о фактах из жизни В. Галкина, не связанных с употреблением им алкоголя и связанных, сопоставляется с информированием о фактах из жизни Владислава Галкина, связанных с употреблением им алкоголя; позитивная оценка профессиональных и личностных качеств Владислава Галкина без употребления им алкоголя сопоставляется с негативной оценкой профессиональных навыков и личностных качеств Владислава Галкина, изменившихся под воздействием употребления им алкоголя.

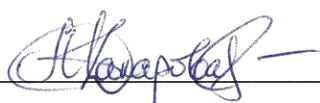


Макарова И.Ю.

Авторы видеозаписи упоминают факты о насыщенной творческой деятельности, семейных взаимоотношениях Владислава Галкина до того, как он стал употреблять алкоголь. После начала употребления им алкоголя появляются факты, свидетельствующие о неуклонном ухудшении здоровья, разрушении социальных связей актера, затруднениях в развитии актерской карьеры. Таким образом, авторы, информируя о фактах из жизни Владислава Галкина, противопоставляют между собой относящиеся к периоду до употребления алкоголя факты и относящиеся к периоду после начала употребления алкоголя. Вместе с тем авторы дают позитивную оценку первым фактам и негативную вторым. Выявляется интенция сожаления авторов об употреблении Владиславом Галкиным алкоголя и связанными с этим негативными последствиями. Авторы усиливают акцент на негативных последствиях употребления алкоголя и сообщают негативные прогнозы при его употреблении.

**ВИН «Прямое направление на трезвость»** имеет минимальный удельный вес (2,5%), однако все же присутствует. Текст видеозаписи, имеющий данную интенциональную направленность, подытоживает всю видеозапись, дает финальное напутствие, однако минимальная выраженность этой ВИН соответствует общей интенциональной направленности видеозаписи: информировании реципиента о неких фактах, касающихся употребления алкоголя, с предоставлением реципиенту права сделать дальнейший выбор относительно употребления им алкоголя (уже с учетом полученным им из видеозаписи фактов). То есть текст видеозаписи не имеет направленности на запугивание, угрозы, категоричность или директивность.

Максимальные по удельному весу интенции «Информирование о фактах из жизни В. Галкина, не связанных с употреблением им алкоголя» (20,1%), «Информирование о фактах из жизни В.Галкина, связанных с употреблением алкоголя» (15,6%) «Акцентирование на негативных последствиях употребления алкоголя» (13,0%) формируют также **ВИН, направленную на демонстрацию для реципиента кардинального различия в жизни и здоровье человека,**



Макарова И.Ю.



**употребляющего алкоголь и не употребляющего;** негативных последствий в здоровье, психике и жизни человека, начавшего употреблять алкоголь (на примере фактов из жизни Владислава Галкина).

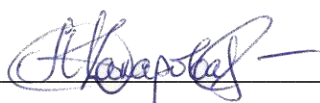
Видеоряд видеозаписи представлен сменяющимися друг друга фотографиями, фрагментами иных видеозаписей, а также кадрами с текстом.

Видеозапись условно можно разделить на две части. В первой речь идет о негативных последствиях употребления алкоголя в целом, особенно для творческих людей. Во второй части идет рассказ о фактах из жизни актера Вячеслава Галкина.

Видеоряд, сопровождающий первую часть видеозаписи, содержит кадры с текстом и сменяющие друг друга фотографии. Первый кадр видеозаписи – это кадр с текстом предупреждения о наличии в фильме сцен курения и употребления алкоголя, а также с предупреждением о вреде здоровью от курения и чрезмерного употребления алкоголя (черный фон, белый отчетливый крупный шрифт). Кадр с текстом предупреждения транслируется 4 секунды, не сопровождается фоновой музыкой, прочтение текста ничем не осложнено.

Далее видеоряд видеозаписи содержит фотографии людей на улице; фотографию с изображением алкоголя, таблеток, наркотических средств на столе, фотографию с изображением бутылки алкоголя и держащей ее руки (00:09 – 00:10); фотографии с музыкантами, художниками, певцами, танцорами, скульпторами, произведениями искусства, архитектурными памятниками; фотографию толпы людей; фотографию ряда наполненных и пустых рюмок и руки, держащей бутылку и наливающую из нее напиток в рюмку (00:24 – 00:25); снова фотографии актеров, музыкантов, певцов, спортсменов. На фотографиях представлены либо портреты людей, либо изображения людей, занятых творческой деятельностью (поющих, танцующих, рисующих, играющих на музыкальных инструментах, ваяющего скульптуру).

Из текста аудио-ряда, сопровождающего фотографии людей, однозначно непонятно, все ли изображенные на фото люди имели в действительности



Макарова И.Ю.

проблемы с алкоголем. В тексте аудио-ряда, сопровождающем фотографии людей, говорится об отсутствии благотворного влияния приема алкоголя или наркотиков на творческие способности людей и, наоборот, о наличии значительных негативных последствий употребления алкоголя или наркотиков.

Во второй части речь идет о фактах из жизни актера Владислава Галкина. Аудио-ряд содержит как позитивные факты (творческий путь, семейная жизнь Владислава Галкина), так и факты о негативных последствиях употребления алкоголя для его жизни. Видеоряд второй части содержит кадры с текстом:

- *«Владислав Галкин Жизнь, утратившая жизнь...»*, белый текст на сером фоне (01:24 – 01:30),

- *«Решения принимаются на основе фактов»*, белый текст на сине-белом фоне (07:16 – 07:19),

- *«Теперь у вас есть эти факты»*, белый текст на сине-белом фоне (07:20 – 07:23),

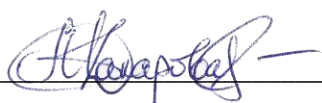
- *«Решение за вами»*, белый текст на сине-белом фоне (07:23 – 07:24),

- *«Скажи алкоголю «нет»*, белый текст на сине-белом фоне (07:25 – 07:26),

- *«Скажи жизни «да»*, белый текст на сине-белом фоне (07:27 – 07:34),

- белый текст на черном фоне с перечислением источников, использованных при подготовке видеозаписи материалов (07:35 – 07:40).

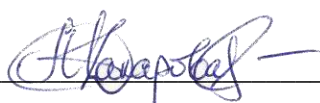
Также видеоряд второй части видеозаписи содержит 25 фотографий Владислава Галкина (в одиночку или с другими людьми); 29 фрагментов видеозаписей фильмов, в которых принял участие Владислав Галкин; 5 фотографий с Владиславом Галкиным, связанные с употреблением им алкоголя (портрет Вячеслава Галкина, сопровождающийся текстом о наличии у него признаков злоупотребления алкоголем, фотография с бокалом пива, фотография с бутылкой алкоголя в руке, две фотографии из-за решетки, куда Владислав Галкин попал после происшествия в баре); 1 фрагмент видеозаписи интервью актера Владимира Гостюхина, в котором он говорит о Владиславе Галкине в период употребления им алкоголя (03:34 – 03:44); фрагмент видеозаписи с



камеры наблюдения бара, где виден находящийся в нетрезвом состоянии Владислав Галкин (05:20 - 05:35); ряд фотографий, на которых не изображен Владислав Галкин (фотография афиши фильма «Место встречи изменить нельзя», 4 фото употребления алкоголя молодежью – текст аудио-ряда содержит утверждение о том, что *«во времена студенчества Галкин много пил»*, 3 фотографии больницы и операционного блока – в тексте аудио-ряда рассказывается о проблемах с ногой у Галкина и о проведенных ему операциях, 2 фото людей, выносящих тело в мешке, 7 кадров-копий онлайн-страниц с новостями о смерти Галкина, 5 фото с могилы и похорон Галкина – в тексте аудио-ряда рассказывается о смерти Владислава Галкина).

Таким образом, ни в аудио-ряде, ни в видеоряде видеозаписи, ни в их совокупности не обнаруживаются признаки прямой или косвенной направленности на побуждение, или формирование установок или стереотипов поведения к употреблению наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров или алкоголя.

Видеозапись, состоящая из видеоряда и аудио-ряда, имеет общую направленность на создание у реципиента негативного образа алкоголя и последствий его употребления; усиление негативного образа алкоголя и последствий его употребления посредством демонстрации и противопоставления фактов о жизни и здоровье актера Владислава Галкина до употребления алкоголя и после, а также прямое направление на трезвость.



Макарова И.Ю.

## **ВЫВОДЫ**

**1. Содержит ли данный видеоролик изображения или описания, причиняющие вред здоровью и (или) развитию детей, побуждающие к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества, алкогольную продукцию?**

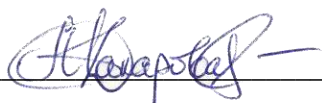
Данный видеоролик **не содержит** изображения или описания, причиняющие вред здоровью и (или) развитию детей, побуждающие к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества, алкогольную продукцию.

**2. Какому минимальному возрасту, согласно № 436-ФЗ от 29.12.2010, соответствует содержимое видеоролика?**

Видеоролик «2023-03-18 02.25.13.mp4» продолжительностью 07 мин. 41 сек. следует отнести к категории «**информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет**». Также информационная продукция должна иметь знак информационной продукции «**12+**».

**3. Имеются ли в видеоролике признаки пропаганды наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, алкогольных напитков, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке?**

В исследуемом тексте видеоролика **отсутствуют лингвистические признаки пропаганды** наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные



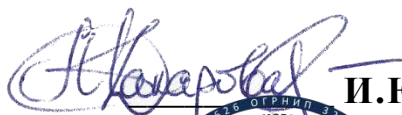
Макарова И.Ю.

вещества, алкогольных напитков, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

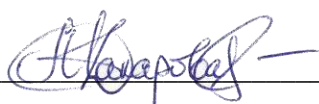
**4. Содержится ли в видеоролике информация, которая прямо или косвенно направлена на формирование в сознании установок и (или) стереотипов поведения, либо имеющая цель побудить или побуждающая лиц, которым она адресована, к употреблению (приему) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров или алкогольной продукции?**

Содержащаяся в видеоролике информация (как вербальная, так и невербальная), а также оформление видеоролика, **не формируют** прямо или косвенно в сознании установок и (или) стереотипов поведения, **не имеют целью побудить**, а также **не побуждают** лиц, которым она адресована, к употреблению (приему) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров или алкогольной продукции.

Специалист



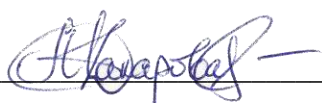
**И.Ю. Макарова**



Макарова И.Ю.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

1. Копия Аттестата аккредитации на право проведения экспертизы информационной продукции от 01.11.2022 г., выданного Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
2. Копии документов об образовании специалиста.
3. Копия документа о государственной регистрации ИП Макарова Инна Юрьевна.



Макарова И.Ю.