



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 22 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 работы по специальности – с 2012 г., 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?

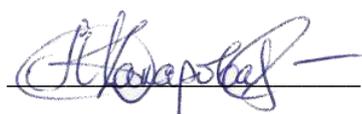
На исследование представлено:

1. Видеоролик «2023-03-18 02.25.34.mp4» объемом 359 974 705 Б (360 МБ на диске) продолжительностью 10 минут 45 секунд, посвященный Владимиру Высоцкому.

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,



Макарова И.Ю.

элементы. Посредством данного метода, выделялись и изучались отдельные, 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:



Макарова И.Ю.

- нормативно-возрастные особенности развития психических процессов человека;
- 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.

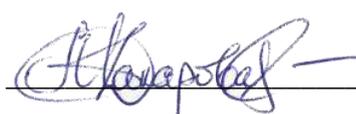
7. Баранов АН. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учебное пособие / А.Н.Баранов. – М: Флинта: Наука, 2007. – стр. 420.

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



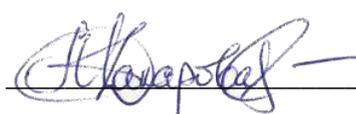
Макарова И.Ю.

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

 Макарова И.Ю.

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.
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:

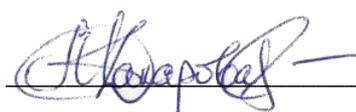
фактической – о конкретных ситуациях, происшествиях или событиях, о поступках или поведении физического лица, о деятельности лица юридического;

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.

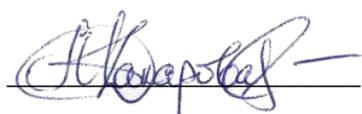
Информационная продукция - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, 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 находят 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.

Специалисту на исследование представлен видеоролик «2023-03-18 02.25.34.mp4» объемом 359 974 705 Б (360 МБ на диске) продолжительностью 10 минут 45 секунд. Видеоролик представляет собой документальный фильм о Владимире Высоцком.



Макарова И.Ю.

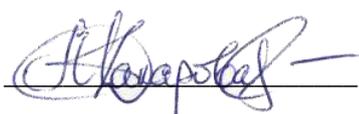
Первые 5 секунд ролика содержат предупреждение зрителей: *«В данном видео содержатся сцены курения и употребления алкогольных напитков. Курение и чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*, выполненное белым шрифтом на черном фоне.

Основной текст звучащей речи видеоролика начинается со слов *«Есть люди, своим талантом и самоотдачей затрагивающие душу и покоряющие миллионы сердец»* и заканчивается словами *«Наркотики и алкоголь несут лишь одно – смерть. И история Владимира Семеновича Высоцкого лишней раз подтверждает эту страшную правду»* (завершающие слова не только проговариваются голосом за кадром, но и выводятся на экран буквами белого цвета на черном фоне). Видеоролик завершается кадрами, на которых имеется 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 5 секундах показаны список источников информации с указанием на конкретные ссылки (*«Это видео составлено на основе следующих материалов: ...»*), а также указание на создателей видеоролика: *«2022 Благотворительный фонд «Защити детей от наркотиков». Все права защищены»*.

Исследуемый видеоролик является короткометражным документальным фильмом, основанным на реальных событиях, людях и местах. Этот жанр 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, освещая жизнь знаменитого актера и певца Владимира Высоцкого, затрагивает темы алкогольной и наркотической зависимости. Видеоролик содержит в себе указания последствий чрезмерного употребления наркотиков и



алкогольной продукции, которые наступили в жизни актера, акцентируется внимание зрителей на изменении качества жизни актера и состояния его здоровья после того, как он начал употреблять алкоголь и наркотики: *«Организм уже был подорван до предела — печень отказывала, не справлялось сердце, на ноге развилось сильнейшее воспаление от инъекций (поскольку ему нужно было играть в театре с голым торсом, он не мог оставлять на руках следы от уколов и колот себя в ногу)»*, *«Любовь, творчество и жизнь были перечеркнуты навсегда страшной черной чертой под названием алкогольная и наркотическая зависимость»*.

Исследуемый короткометражный фильм призван пробудить в зрителях осознанное желание отказаться от употребления алкоголя, убедить не употреблять наркотики и ознакомиться с отрицательными социальными, психологическими и биологическими последствиями, которые могут возникнуть при употреблении наркотических средств и чрезмерном употреблении алкогольной продукции.

Целевым назначением видеоролика о Владимире Высоцком является формирование устойчивого мнения отказаться от употребления алкоголя и наркотиков, 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»*, *«И мало кто знает о той стороне его жизни, которая стала роковой и убила все прекрасное, что было в этом человеке»*.

Каждый социальный документальный фильм имеет определенную совокупность признаков, которая отделяет этот жанр от других. Исследуемый короткометражный ролик содержит в себе эти признаки:

- ролик не содержит указаний на конкретную целевую аудиторию, на которую он направлен. Фильм обращается к широкой аудитории и затрагивает актуальную проблему чрезмерного употребления алкоголя и проблему приёма наркотиков, которые влияют на многих людей;



Макарова И.Ю.

- фильм содержит полезную информацию и ценные уроки, которые могут помочь зрителям оценить вред алкоголя и наркотиков и принять решение отказаться от их употребления;

- ролик представляет алкоголь и наркотики как негативные факторы, которые могут привести к серьезным последствиям для здоровья человека, его семьи и общества в целом (в том числе и привести к смерти самого человека и его близких людей): *«А однажды по его вине в аварии очень сильно пострадал его лучший друг, тоже актер, и его пришлось срочно госпитализировать и спасать»;*

- одной из задач фильма является мотивация зрителей на действия, которые приведут к изменению их поведения в отношении употребления алкоголя и наркотиков (*«Скажи алкоголю НЕТ, скажи жизни ДА»*);

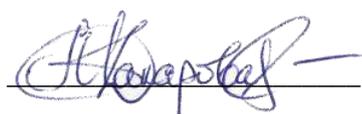
- видеоролик создан, чтобы вызвать общественную дискуссию и повысить осведомленность максимального количества людей о проблемах наркомании и алкоголизме.

Фильм содержит в себе текст, который представлен в устной форме (голос за кадром). Текст делится на три смысловых блока:

- вступительная часть – она занимает один абзац, и в ней ставится проблема, обосновывается выбор темы: *«Есть люди, своим талантом и самоотдачей затрагивающие душу и покоряющие миллионы сердец. И тем больнее, когда эти люди оступаются, страдают и погибают, не дожив даже до зрелых лет»,*

- основная часть – биографические факты жизни Владимира Высоцкого, описание его истории: *«Владимир Высоцкий родился в 1938 году в Москве. В детстве он учился музыке, а первую гитару ему подарила мама»,*

- 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».*



Макарова И.Ю.

Использование 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): *затрагивающие душу и покоряющие миллионы сердец, кумир миллионов, страдают и погибают, женат на красивейших женщинах, стала роковой и убила все прекрасное, новомодными таблетками, мучительных моментов, выглядел он ужасно, мучительный, заброшенный уголок, подорван до предела, сильнейшее воспаление, очень сильно пострадал* и так далее,
- стандартные конструкции: *ходил на спектакли, психиатрическую лечебницу, при взаимодействии с алкоголем, состояние становилось, в последний месяц жизни, процедуру по очистке крови* и так далее,
- использование восклицаний для усиления эффекта на зрителя: *«Мишка— это страшная вещь! когда я иногда вижу вдруг самого себя в комнате!»*.

Публицистический стиль используется в видеоролике для воздействия на зрителя через легко воспринимаемый текст, благодаря большому количеству эмоциональной и оценочной лексики, что делает его доступным для понимания даже подростками. Таким образом, ролик имеет целью не только информировать о событиях, произошедших в жизни Владимира Высоцкого, но и воздействовать на адресатов, создавая негативную эмоциональную нагрузку по отношению к наркотикам и алкоголю.

Авторы фильма используют такой художественный прием как противопоставление – это троп¹, который заключается в описании двух явлений, объектов или идей, которые диаметрально противоположны. Чем больше

¹ Троп — это лингвистический прием, который заключается в использовании слов или фраз в переносном значении, чтобы создать образное выражение или усилить эмоциональную окраску текста. Примерами тропов могут быть метафора, сравнение, метонимия, синекдоха и др.

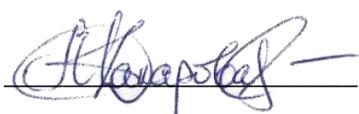


разница между явления, тем больше реализуется эффект этого художественного приема, который заключается в создании конфликта и напряжения в тексте, а также для выделения определенных характеристик персонажей. В исследуемом ролике авторы противопоставляют образ знаменитого актера и певца в обществе (*«В кино и на сцене Высоцкий всегда выглядел сильным, волевым и энергичным»*) образу наркомана и алкоголика в реальной жизни (*«И мало кто знает о той стороне его жизни, которая стала роковой и убила все прекрасное, что было в этом человеке»*). Это делается для усиления эмоционального компонента фильма, для контраста сторон жизни Владимира Высоцкого, для указания на причины того, что стало разрушающим фактором его жизни (*«Владимир Высоцкий был пульсом своего времени, его роли и песни жили в сердце практически каждого человека. И всего лишь в 42 года этот пульс перестал биться. Любовь, творчество и жизнь были перечеркнуты навсегда страшной черной чертой под названием алкогольная и наркотическая зависимость. Наркотики и алкоголь несут лишь одно – смерть. И история Владимира Семеновича Высоцкого лишний раз подтверждает эту страшную правду»*).

Анализируемый видеоролик представляет собой коммуникативный инструмент и включает в себя 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: *«Наркотики и алкоголь несут лишь одно – смерть. И история Владимира Семеновича Высоцкого лишний раз подтверждает эту страшную правду»*.

Видеоролик представляет собой совокупность видео- и аудио-ряда, ввиду этого в фильме присутствуют визуальные образы, которые можно поделить на смысловые блоки:



Макарова И.Ю.

- вступительная часть – белый текст на черном фоне с предупреждением *«В данном видео содержатся сцены курения и употребления алкогольных напитков. Курение и чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»*,

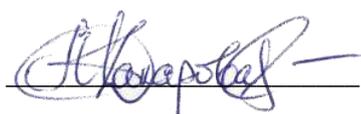
- основная часть – сопровождающие голос за кадром фотографии, в том числе из жизни Владимира Высоцкого, вырезки из его фильмов, видео из архивов его жизни, его спектаклей,

- 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?»

Применяя синтаксический анализ, который определяет связь между словами в предложении и между предложениями в тексте, специалист установил 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,



Макарова И.Ю.

- описывающие сцены употребления алкоголя, табака или наркотиков несовершеннолетними лицами,

- описывающие сцены эротического или порнографического характера.

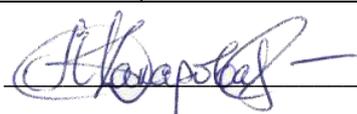
В соответствии с требованиями ФЗ № 436-ФЗ к принципам классификации информационной продукции и с учетом:

- 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

№ фактора	Категория	Категория включает:
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



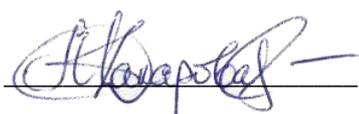
Макарова И.Ю.

		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»
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"> Эксплуатирующие интерес к сексу описание и изображение половых отношений мужчины и женщины; 	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> Возбуждающий или оскорбительный характер изображения или описания половых отношений; 	Нет
	<ul style="list-style-type: none"> Натуралистическое изображение или описание половых отношений; 	Нет



Макарова И.Ю.

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

В анализируемом тексте звучащей речи ролика было установлено наличие:

- использование лексем «алкоголь», «наркотики», «препараты» «алкоголизм», «спиртное», «выпивка» - на протяжении всего видеоролика,
- указания на названия наркотических препаратов «морфий», «героин», «кокаин», наименование вида алкогольной продукции – лексема «водка»,



Макарова И.Ю.

- описание жизни актера, который употреблял наркотические вещества и алкогольную продукцию (*«У Высоцкого были очень тяжелые похмельные состояния, и ему приходилось принимать алкоголь, едва он трезвел»*),

- описание последствий действия алкоголя на здоровье и эмоциональное состояние человека, на его нравственные ценности (*«Он стал пить много, громко, со скандалами и драками», «Организм уже был подорван до предела — печень отказывала, не справлялось сердце, на ноге развилось сильнейшее воспаление от инъекций»*).

Видеоряд ролика содержит наличие изображений самой алкогольной продукции, ее употребления, а также изображения табачной продукции:

- 03:20: изображение – черно-белое изображение Владимира Высоцкого слева и Савелия Крамарова справа. Савелий Крамаров держит в руках стеклянную бутылку с прозрачной жидкостью (предположительно, водка), другой рукой указывает на нее,

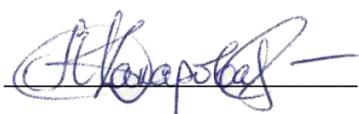
- 03:22-03:26: изображения – две черно-белые фотографии застолья: Владимир Высоцкий сидит в окружении коллег за столом, на котором стоят бутылки, стаканы и тарелки. Характер бутылок не известен,

- 03:27: изображение - черно-белая фотография застолья: Владимир Высоцкий сидит в окружении друзей за столом для настольного тенниса, на котором стоят прозрачные бутылки, стаканы и тарелки, лежат ракетки и мячики. Характер бутылок не известен,

- 03:29-03:31: черно-белый портрет актёра с граненым стаканом в руке, которую он поднял для тоста, жидкость в стакане темного цвета,

- 03:48: черно-белая фотография - актер виден в полный рост, он сидит на кресле и в руках держит сигарету,

- 03:50-03:53: черно-белый портрет актёра с граненым стаканом в руке, из которого он пьет, жидкость в стакане темного цвета, на шее висит гитара,



Макарова И.Ю.

- 04:18-04:19: черно-белый портрет актёра с бокалом в руке, который он подносит ко рту, рядом стоит человек с таким же бокалом в руке,

- 04:20-04:24: две черно-белые фотографии друг за другом - Высоцкий сидит на диване, на переднем плане фотографии стол со спиртными напитками на нем, тарелками и стаканами, на второй фотографии этот же стол уже стоит за актером (фотография сделана с другого ракурса)

- 04:55-04:57: черно-белый портрет актёра с рюмкой в руке, которую он держит на уровне груди,

- 04:58-05:01: черно-белый портрет актёра, сидящего за столом, держащего возле лица сигарету,

- 05:10-05:21: три черно-белых портрета Высоцкого (в профиль, в три-четверти и в анфас), держащего возле лица сигарету (транслируются друг за другом),

- 06:42-06:45: черно-белый портрет актёра, опирающегося на дверь машины, держащего в руке сигарету,

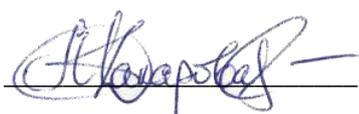
- 07:51-07:54: видеоряд черно-белой киноплёнки: на переднем плане стеклянные бутылки, на заднем плане часть гитары и мужская рука, далее переход на портрет Высоцкого, зажавшего в губах сигарету, потом он ее вытащил рукой изо рта,

- 08:47-08:51: видеоряд цветной киноплёнки: Высоцкий изображен по пояс, стоит с сигаретой во рту, далее он идет спиной к камере и кладет в рот сигарету.

Все вышеперечисленные изображения и видео-отрывки, содержащие алкогольную продукцию и сигареты, использованы в фильме уместно, в соответствии со смыслом, как иллюстрации к произносимому за кадром тексту.

Исследуемый видеоролик содержит всю вышеуказанную информацию, поскольку его основные цели:

- создать негативное представление об алкоголе и наркотиках,



Макарова И.Ю.

- внушить зрителям желание осознанно отказаться от употребления алкогольной продукции и наркотических веществ.

Эти цели реализуются в тексте видеоролика посредством использования большого количества резко отрицательных лексем относительно наркотиков и алкогольной продукции:

«...алкоголизм стал проблемой» - констатация негативного факта чрезмерного употребления алкоголя через резко негативное существительное *«проблема»*,

«...стал пить много, громко, со скандалами и драками...» - существительные *«скандал»* и *«драка»* имеют негативную окраску, показывают аморальное неэтичное поведение, которое появляется при чрезмерном (*«стал пить много»*) употреблении алкоголя,

«...отсутствующий взгляд, нервозность, он стал все чаще просить добывать ему препараты («лекарство» – как он это называл), он уже не мог без этого обходиться...» - экспрессивно сниженные лексемы *«нервозность»*, *«отсутствующий»*, *«не мог обходиться»* указывают на негативные последствия употребления наркотических препаратов,

«...затягивала зависимость...» - существительное *«зависимость»* является негативным, указаны негативные последствия употребления наркотиков - привыкание,

«...очень тяжелые похмельные состояния...» – указаны негативные последствия – результаты чрезмерного употребления большого количества алкоголя и так далее.

В анализируемом тексте видеоролика:

- содержится 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,



Макарова И.Ю.

- делается акцент на негативных последствиях употребления наркотиков и чрезмерного употребления алкогольной продукции (*«Любовь, творчество и жизнь были перечеркнуты навсегда страшной черной чертой под названием алкогольная и наркотическая зависимость»*).

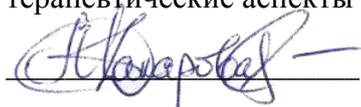
Следовательно, в исследуемом материале имеется информация, оправданная ее жанром и сюжетом, а **именно помогающая осознанно отказаться от употребления алкоголя и наркотиков**, а не побуждающая к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить алкогольную 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 - дети от 12 лет, а в случае, если отнести фильм к иной категории, видеоролик не будет носить своего профилактического назначения.

Первичная профилактика алкоголизма — это комплекс мер, направленный на предупреждение возникновения алкогольных расстройств². Соответственно, очень важно, чтобы первичная профилактика велась 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.

² Амлаев К.Р. Злоупотребление алкоголем: эпидемиологические, патофизиологические, терапевтические аспекты и стратегии профилактики // Врач. 2021. №4. 10-13



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 лет³.

Это представляется крайне опасным, поскольку для формирования устойчивой алкогольной зависимости подросткам, вследствие особенностей функционирования организма и психики, требуется лишь 3-4 года⁴. Алкоголизм у подростков формируется в 3-4 раза быстрее, чем у взрослых⁵. Соответственно, при начале употребления алкоголя в 12 лет и дальнейшем его регулярном приеме уже к 15-16 годам у подростка может развиваться алкогольная 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

³ 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.;

Алехин А.Н., Локтева А.В. Клинико-психологические аспекты алкоголизации подростков // Ученые записки университета Лесгафта. 2011. №12. С. 11-15

⁴ Максимова Н.Ю. Психологическая профилактика алкоголизма и наркомании несовершеннолетних. Ростов н/Д : Феникс. 2000. 383 с.

⁵ Еникеева Д. Д. Как предупредить алкоголизм и наркоманию у подростков. - 2-е изд., стереотип. - М., 2001. - 144 с.

неизменным, что говорит о сохранении тенденции к подростковой алкоголизации⁶ (Таблица №3).

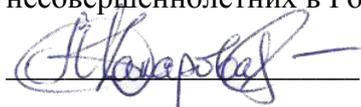
Таблица №3. Количество несовершеннолетних, поставленных на профилактический учет в ПДН ОАД России за 2014-2021 гг.

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

Относительно наркотической значимости считается, что именно профилактика является наиболее эффективным средством борьбы с распространением наркотиков. Блокирование звена, связанного со спросом на наркотики, может серьезно повлиять на решение проблемы. Профилактику возникновения наркотической зависимости необходимо начинать в 11-12 лет,

⁶ 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.

когда подростковый возраст только начинается. Данные опросов свидетельствуют, что первый опыт употребления наркотиков происходит рано: 13-16 лет (96,9%), 15-16 лет (29,6%), в 11 лет (9,4%)⁷.

К первичной профилактике употребления наркотиков относится, прежде всего, повышение наркологической грамотности населения в целом и, прежде всего, подростков. Необходимо доводить до сведения подростков информацию о медицинских, физиологических, психологических, социальных последствиях употребления наркотиков. В настоящее время ситуация такова, что подростки либо не владеют информацией о наркотических средствах и последствиях их употребления, либо информация подается с неверной эмоциональной окраской, например, в «гедонистическом» контексте. Так, по результатам проведенного анонимного исследования, выяснилось, что 25% респондентов – подростков и молодых людей в возрасте от 11 до 24 лет, имеют опыт употребления наркотических и психотропных средств. Вышеуказанное доказывает факт того, что профилактика должна проводиться у детей уже с 12 лет, в противном случае будет отсутствовать необходимый эффект профилактических материалов.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать вывод, что видеоролик «2023-03-18 02.25.34.mp4» продолжительностью 10 минут 45 секунд о Владимире Высоцком 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?».

⁷ Профилактика наркомании у подростков.URL: <https://belibra.ru/Buki/Profilaktika-narkomanii-u-podrostkov.3.html>

Пропаганда представляет собой распространение и углубленное разъяснение каких-либо идей, учения и знаний среди широких масс населения или круга специалистов. Она направлена на то, чтобы убедить людей в правильности идеи, укрепить их уверенность в ее ценности и привести к действию. 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 продукции от других, при этом истинность, достоверность распространяемых сведений значения не имеет.

То есть пропаганда как языковое явление включает в себя следующие составляющие:

- распространение информации (идей, побуждений к действиям),
- выражаемое языковыми средствами аудиовизуальными,
- направленное на широкий круг людей, взглядов, представлений,
- имеющее целью воздействие (манипуляцию) на общественное сознание и поведение,
- предполагающее сознательный предварительный отбор фактов и аргументов,
- допускающее отбрасывание некоторых важных фактов, искажение отдельных фактов или использование ложных фактов,



Макарова И.Ю.

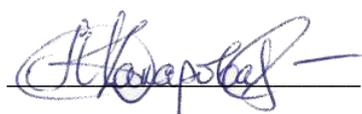
- имеющее форму призывов, воззваний, поучений, советов, предостережений, требований, угроз.

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».

Тексты, направленные на пропаганду чего-либо, обычно включают в себя несколько элементов:

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

Один из методов пропаганды является призыв, 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 исследуемом ролике применяется побуждение к действию, которое было использовано в конце видеоролика, как завершающее слово, итог всей предоставленной информации о негативных последствиях употребления наркотиков и алкогольной продукции.

Цитата «Скажи алкоголю «нет»:

- использован глагол повелительного наклонения единственного числа «скажи», который нацелен убеждать,

- представляет собой призыв принять решение не употреблять наркотики и алкоголь (после глагола стоит отрицательная частица «нет»).

Цитата «Скажи жизни «да»:

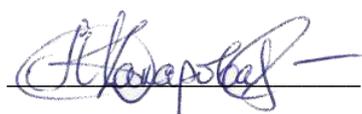
- использован глагол повелительного наклонения единственного числа «скажи», который нацелен побуждать,

- представляет собой призыв выбрать здоровый образ жизни и саму жизнь (после глагола стоит положительная частица «да»).

Указанные конструкции не относятся к пропаганде наркотических средств или пропаганде алкогольной продукции. Основной целью этих призывов является формирование у целевой аудитории осознанного желания отказаться от употребления алкоголя и наркотиков.

Конструкции, относящиеся к пропаганде наркотиков или пропаганде алкогольной продукции, в том числе призывы, относящиеся к алкоголю или наркотическим веществам, в исследуемом видеоролике отсутствуют.

В представленном на исследование видеоролике о Владимире Высоцком **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.



Макарова И.Ю.

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 02.25.34.mp4» методом интен-анализа позволило получить следующие результаты.

Коммуникативная (речевая) интенция – это коммуникативное намерение: намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании определенное субъективное значение, выразить коммуникативный смысл⁸. Мотив и цель употребления высказывания (иными словами, замысел говорящего с планированием того или иного воздействия на адресата) определяют речевую интенцию.

Видеозапись «2023-03-18 02.25.34.mp4» является примером недиалогового дискурса (адресат видеозаписи не участвует непосредственно в общении), имеющего заранее подготовленную фиксированную текстовую форму, которую зачитывает мужской голос за кадром. Единицей анализа данного недиалогового дискурса является высказывание (предложение). Коммуникативный контекст видеозаписи включает следующее:

- адресант (автор): видеозапись создана Благотворительным фондом «Защиты детей от наркотиков», конкретные авторы видеозаписи не указаны (согласно кадру с текстом на отрывке 10 мин. 39 сек.),

- адресат: видеозапись адресована неопределенному кругу слушателей,

- пресуппозиции автора (исходный фонд знаний высказывания): авторы рассказывают биографические факты советского актера, поэта, автора и исполнителя песен Владимира Семеновича Высоцкого, в том числе в контексте употребления им алкоголя и наркотиков и влиянии употребления алкоголя и

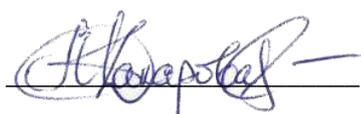
⁸ Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. – 208 с.

наркотиков на жизнь и здоровье Высоцкого. Авторы видеозаписи сообщают, что факты, упомянутые в тексте видеозаписи взяты из описываемых на кадре с текстом (10 мин. 35 сек.) статей из онлайн-источников, прилагаются ссылки на интернет-сайты, содержащие данные статьи,

- цель сообщения: авторы видеозаписи обозначают целью видеозаписи рассказ о *«той стороне его [Высоцкого] жизни, которая стала роковой и убила все прекрасное, что было в этом человеке»* (00 мин. 44 сек.). Таким образом, цель видеозаписи – сообщение фактов из жизни Владимира Высоцкого в части влияния на него приема алкоголя и наркотиков.

При интент-анализе направленности смыслового содержания текста видеозаписи было выделено 13 имеющихся в тексте категорий интенций (см. Таблица №1):

- информирование (о не связанных с алкоголем или наркотиками фактах),
- информирование о фактах из жизни В. Высоцкого, не связанных с употреблением им алкоголя или наркотиков,
- информирование о фактах из жизни В. Высоцкого, связанных с употреблением алкоголя,
- информирование о фактах из жизни В. Высоцкого, связанных с употреблением наркотиков,
- позитивная оценка Владимира Высоцкого (положительная оценка профессиональных и личностных качеств Владимира Высоцкого без употребления им алкоголя и наркотиков),
- негативная оценка Владимира Высоцкого (негативная оценка профессиональных навыков и личностных качеств Владимира Высоцкого, изменившихся под воздействием употребления им алкоголя и наркотиков),
- сожаление (сожаление об употреблении Владимиром Высоцким алкоголя и наркотиков, приведшем к негативным последствиям),



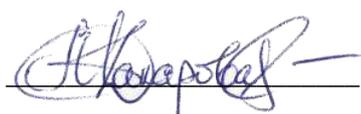
Макарова И.Ю.

- демонстрация негативных последствий приема алкоголя и наркотиков (демонстрация конкретных примеров негативного последствия употребления алкоголя или наркотиков),
- усиление негативных последствий приема алкоголя или наркотиков (большее акцентирование на негативных последствиях употребления алкоголя и наркотиков),
- привлечение внимания (формирование заинтересованности реципиента видеозаписи, удержание его внимания и акцентирование его внимания на определенных моментах),
- предоставление выбора (акцентирование реципиента на наличии у него возможности выбора при условии наличия фактов, предоставленных в данной видеозаписи, 10 мин. 21 сек. – 10 мин. 23 сек.),
- призыв к отказу от алкоголя и наркотиков (прямой призыв «Скажи наркотикам и алкоголю «НЕТ» 10 мин. 24 сек.- 10 мин. 29 сек. и прямой призыв «Скажи жизни «ДА» 10 мин. 29 сек.-10 мин. 33 сек.).

В 94 единицах интент-анализа (предложениях текста видеозаписи) выявлено 148 интенции, что говорит о низкой интенциональной насыщенности текста видеозаписи. В среднем, высказывания в тексте видеозаписи содержат 1,6 интенции (то есть коммуникативных намерения).

Описанные интенции формируют две ведущие интенциональные направленности (ВИН) видеозаписи: создание негативного образа последствий употребления алкоголя и наркотиков на примере Владимира Высоцкого; прямое направление на трезвость.

В Таблице №4 «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.



Макарова И.Ю.

Таблица №4. Интенциональная направленность видеозаписи

№	Ведущая интенциональная направленность (ВИН)	Интенция	Выраженность интенций		Выраженность ВИН %
			Абс. частота	% от всех интенций	
1	Создание негативного образа последствий употребления алкоголя и наркотиков на примере Владимира Высоцкого	Информирование о фактах из жизни В. Высоцкого, связанных с употреблением им наркотиков	32	21,6%	97,9%
		Демонстрация негативных последствий приема алкоголя или наркотиков	26	17,5%	
		Информирование о фактах из жизни В. Высоцкого вне употребления алкоголя и наркотиков	22	14,9%	
2		Информирование о фактах из жизни В. Высоцкого, связанных с употреблением им алкоголя	21	14,1%	
3		Усиление негативных последствий приема алкоголя или наркотиков	20	13,5%	
4		Информирование	5	3,4%	
5		Позитивная оценка В. Высоцкого	5	3,4%	
6		Негативная оценка В. Высоцкого	5	3,4%	
7		Привлечение внимания	3	2,0%	
8		Негативная оценка приема алкоголя или наркотиков	2	1,4%	
12	Прямое направление на трезвость	Призыв к отказу от употребления алкоголя и наркотиков	2	1,4%	2,1%
13		Предоставление выбора	1	0,7%	

ВИН «Создание негативного образа последствий употребления алкоголя и наркотиков на примере Владимира Высоцкого» имеет максимальную выраженность (97,9%), формируется, в основном, за счет направленности на информирование о фактах из жизни Владимира Высоцкого,



Макарова И.Ю.

не связанных и связанных с употреблением им алкоголя и наркотиков (что представляет собой противопоставление состояний и достижений Высоцкого); направленности на демонстрацию и усиление негативных последствий приема алкоголя и наркотиков в жизни Высоцкого.

Авторы видеозаписи представляют факты о большом таланте Владимира Высоцкого, больших творческих успехах до того, как он стал употреблять алкоголь и наркотики. После начала употребления им алкоголя и наркотиков появляются факты об ухудшении здоровья Высоцкого, неуклонном снижении качества его работы, негативных изменениях личности и поведения. Таким образом, авторы, информируя о фактах из жизни Владимира Высоцкого, противопоставляют между собой относящиеся к периоду до употребления алкоголя факты и относящиеся к периоду после начала употребления алкоголя. Авторы также демонстрируют негативные последствия употребления Высоцким алкоголя и наркотиков, усиливают акцент на них. Выявляется интенция сожаления авторов об употреблении Владимиром Высоцким алкоголя и наркотиков и связанными с этим негативными последствиями.

ВИН «Прямое направление на трезвость» имеет минимальный удельный вес (2,1%), однако присутствует в структуре общей интенциональной направленности текста видеозаписи. 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 и наркотиков, с предоставлением реципиенту права сделать дальнейший выбор относительно употребления им алкоголя и наркотиков (уже с учетом, полученным им из видеозаписи фактов). То есть текст видеозаписи не имеет направленности на запугивание, угрозы, категоричность или директивное навязывание той или иной точки зрения.



Макарова И.Ю.

Авторская оценочная характеристика упоминаемых фактов и событий практически не выражена. Почти полностью отсутствует директивная направленность, прямые призывы к чему-либо. В большей степени текст представляет собой практически безоценочное представление фактов из жизни Владимира Высоцкого, связанных с его карьерой, употреблением алкоголя и затем наркотиков, а также с последствиями употребления алкоголя и наркотиков для его жизни и работы.

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

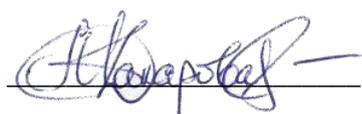
Первый кадр видеозаписи – это кадр с текстом предупреждения о наличии в фильме сцен курения и употребления алкоголя, а также с предупреждением о вреде здоровью от курения и чрезмерного употребления алкоголя (черный фон, белый отчетливый крупный шрифт). Кадр с текстом предупреждения транслируется 5 секунд, не сопровождается фоновой музыкой, прочтение текста ничем не осложнено.

Далее видеоряд видеозаписи содержит 85 сменяющихся фотографий Владимира Высоцкого; 13 фотографий Владимира Высоцкого, на которых он или употребляет алкогольные напитки, или находится рядом с алкогольными напитками; 11 фото без Владимира Высоцкого; 6 видеозаписей с кадрами выступлений Высоцкого в театре, из кинофильмов с его участием, со съемок кинохроники жизни Высоцкого. Также видеозапись содержит 9 кадров с текстом:

- заголовок *«Владимир Высоцкий Порвавшаяся струна...»* (00 мин. 56 сек. – 00 мин. 59 сек., черный фон, белый текст)

- текст *«Наркотики и алкоголь несут лишь одно – смерть. И история Владимира Высоцкого лишний раз подтверждает эту страшную правду»* (10 мин. 03 сек. – 10 мин. 12 сек., черный фон, белый текст)

- *«Решения принимаются на основе фактов»* (10 мин. 14 сек. – 10 мин. 17 сек., белый текст на сине-белом фоне)



Макарова И.Ю.

- «Теперь у вас есть эти факты» (10 мин. 18 сек. – 10 мин. 20 сек., белый текст на сине-белом фоне)

- «Решение за вами» (10 мин. 21 сек. – 10 мин. 23 сек., белый текст на сине-белом фоне)

- «Скажи наркотикам и алкоголю «НЕТ» (10 мин. 24 сек. – 10 мин. 29 сек., белый текст на сине-белом фоне)

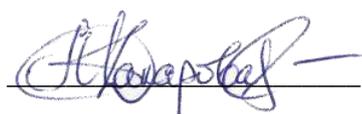
- «Скажи жизни: «ДА» (10 мин. 29 сек. – 10 мин. 33 сек., белый текст на сине-белом фоне)

- белый текст на черном фоне с перечислением источников, использованных при подготовке видеозаписи материалов (10 мин. 35 сек. – 10 мин. 38 сек.)

- белый текст на черном фоне с названием благотворительного центра и словами «Все права защищены» (10 мин. 39 сек. – 10 мин. 43 сек.).

Таким образом, ни в аудиоряде, 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 аудиоряда, имеет общую направленность на создание у реципиента негативного образа последствий употребления алкоголя и наркотиков, усиление негативного образа алкоголя и наркотиков и последствий их употребления посредством демонстрации фактов о жизни и здоровье Владимира Высоцкого до употребления им алкоголя и наркотиков 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?

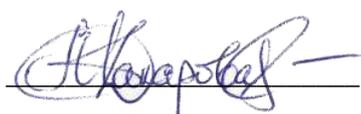
Данный видеоролик **не содержит** изображения или описания, причиняющие вред здоровью и (или) развитию детей, побуждающие к совершению действий, представляющую угрозу их жизни или способную вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные вещества, одурманивающие вещества, алкогольную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

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

Видеоролик «2023-03-18 02.25.34.mp4» продолжительностью 10 минут 45 секунд о Владимире Высоцком 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.

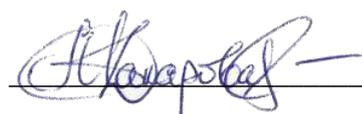
4. Содержится ли в видеоролике информация, которая прямо или косвенно направлена на формирование в сознании установок и (или) стереотипов поведения, либо имеющая цель побудить или побуждающая лиц, которым она адресована, к употреблению (приему) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров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



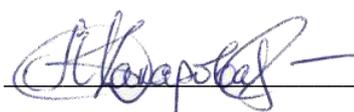
И.Ю. Макарова



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.