

**Раздел 16. Модель проведения экспертизы информационной продукции
в рамках Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ**

**The model of the examination of information products in the framework of
the Federal Law of 29 December 2010 № 436-ФЗ**

Научные редакторы:

Ермолаева О.Я., канд.психол. наук, Зинченко Ю.П., член-кор. РАО,
доктор психол. наук, профессор, Матвеева Л.В., доктор психол.наук,
профессор

Авторский коллектив:

Аникеева Т.Я., канд.психол.наук, Войскунский А.Е., канд.психол.наук,
Елизаров В.Г. ., канд. юр. наук, Ефимова Л.В., канд. юр. наук, Карабанова
О.А., доктор психол.наук, профессор, Кара-Мурза Е.Л., канд.филол.наук,
Кокорев В.Н., элекетроник 1-й категории, Лаврова Е.В., психолог, Макалатия
А.Г., психолог, Мочалова Ю.В., канд.психол.наук, Парфентьев У.У.
политолог, Петракова Е.Е., Пристанская О.В., канд юр.наук.,
канд.психол.наук, Сайков Т.С., инженер, Свитич Л.Г., доктор филол.наук,
Степанова О.Б., канд.психол.наук, доцент, Тетик Л.В., психолог, Шариков
А.А., канд.пед.наук, Федорова Н.И. зав.канцелярией ф-та психологии МГУ,
Швырев В.В., оператор ЭВМ.

Аннотация: Данный раздел посвящен описанию модели экспертизы и
процедуры ее проведения для информационных продуктов на разных
носителях (телевидение, радио, Интернет, печатная продукция). В тексте
рассмотрены особенности правового регулирования защиты детей от
информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Подробно
представлена модель проведения экспертизы, включающая описание
информационного продукта, анализ его содержания и влияния на
потребителя.

Рассматриваются особенности проведения лингвистической
экспертизы печатных текстов, определяется понятие речевого преступления,

описываются теоретические основы судебной лингвистической экспертизы речевых преступлений и методика лингвистической экспертизы по диффамации.

В работе также подробно описаны особенности проведения экспертизы информационной продукции, распространяемой в Интернете и рассматриваются компьютерные игры как предмет экспертизы.

Текст содержит описание основных требований к процедуре проведения экспертизы информационной продукции и обоснование подходов для выбора информационной продукции для апробации модели проведения экспертизы. Описаны процедуры отбора теле- и радиоматериалов для апробации экспертизы. Приведен список информационных продуктов, использованных для апробации Методики проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в спорных ситуациях.

Далее приведены материалы апробации модели проведения экспертизы информационной продукции на примере различных информационных продуктов и изложены правовые последствия экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ.

Ключевые слова: модель экспертизы; процедура проведения экспертизы; информационный продукт; лингвистическая экспертиза; речевое преступление; Интернет; телевидение; радио; книги; периодика; материалы экспертизы; правовые последствия экспертизы

Содержание

16.1. Модель и процедура проведения экспертизы на разных носителях (телевидение, радио, Интернет, печатная продукция)	4
16.1.1. Описание модели проведения первичной экспертизы в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29 октября №436-ФЗ (далее №436-ФЗ)	4
16.1.2. Разработка и определение 20 требований к процедуре проведения экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ	21
16.1.3. Особенности проведения лингвистической экспертизы печатных текстов	233
16.1.4. Особенности проведения экспертизы информационной продукции, распространяемой в Интернете	72
16.1.5. Компьютерные игры как предмет экспертизы	79
16.1.6. Экспертиза прочих видов интернет-контента	83
16.2. Обоснование подходов для выбора информационной продукции для апробации модели проведения экспертизы.	85
16.3. Апробация модели проведения экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ.	96
16.4. Правовые последствия экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ.	97
Литература	98
Приложение	104

16.1. Модель и процедура проведения экспертизы на разных носителях (телевидение, радио, Интернет, печатная продукция)

16.1.1. Описание модели проведения первичной экспертизы в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29 октября №436-ФЗ (далее №436-ФЗ)

Цель экспертизы информационной продукции на основании ФЗ № 436-ФЗ (№ 436-ФЗ, ст.17 –1)

Обеспечение информационной безопасности детей посредством использования специальных познаний экспертов и (или) экспертных организаций для определения соответствия требованиям ФЗ № 436 классификации информационной продукции и обозначения ее категории знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении ее распространения среди детей.

Экспертиза информационной продукции проводится экспертом, экспертами и (или) экспертными организациями, аккредитованными уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, по инициативе органов государственной власти, органов местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, общественных объединений, граждан на договорной основе.

Согласно части 6 статьи 18 Федерального закона № 436-ФЗ повторное проведение экспертизы конкретной информационной продукции допускается в порядке, установленном процессуальным законодательством, при рассмотрении судом споров, связанных с результатами проведенной экспертизы информационной продукции (в редакции Федерального закона от 28.07.2012 N 139-ФЗ).

Судебная экспертиза информационной продукции производится по уголовным, гражданским делам, делам об административных правонарушениях в соответствии с Уголовно-процессуальным кодексом

Российской Федерации, Гражданским процессуальным кодексом Российской Федерации, Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации и Федеральным законом «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации».

Задачи внепроцессуальной экспертизы информационной продукции, проводимой в соответствии с Федеральным законом № 436-ФЗ:

1) установление факта наличия или отсутствия в информационной продукции информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей;

2) проверка соответствия содержания (контента) и оформления информационной продукции определенной категории информационной продукции,

3) проверка соответствия информационной продукции знаку информационной продукции.

Субъект экспертизы (№436-ФЗ, ст.17 –4, 6,7)

В качестве эксперта (экспертов) привлекаются лица, имеющие высшее профессиональное образование и обладающие специальными знаниями, в том числе в области педагогики, возрастной психологии, возрастной физиологии, детской психиатрии, за исключением судимых за совершение тяжких преступлений против личности, против половой неприкосновенности, против семьи и несовершеннолетних, умышленных преступлений против здоровья населения и общественной нравственности (см. раздел 17).

Не могут быть привлечены к экспертизе также производители, распространители (или их представители) информационной продукции, переданной на экспертизу.

Срок проведения экспертизы информационной продукции не может превышать *тридцать дней* с момента заключения договора о ее проведении (ч. 8 ст. 17 № 436-ФЗ).

Особенности экспертного исследования информационной

продукции в целях ее классификации и маркировки.

При проведении экспертного исследования информационной продукции в целях классификации и маркировки информационной продукции следует учитывать следующие *особенности правового регулирования защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, в соответствии со статьями 7-11 Федерального закона № 436-ФЗ:*

1. Федеральный закон № 436-ФЗ ограничивает распространение информационной продукции, в том числе художественных и анимационных фильмов, содержащих сцены насилия или жестокости, информацию эротического характера либо информацию, возбуждающую у детей страх, ужас, иные виды потенциально вредной для них информации, *только среди несовершеннолетних младших возрастных групп, не достигших возраста 12 или 16 лет (в зависимости от вида вредной информационной продукции), и лишь при условии, что она способна причинить вред здоровью и развитию детей, причем, не отдельного особо восприимчивого, а любого нормотипичного ребенка определенной возрастной группы.*

2. Закон не запрещает распространение такой информационной продукции даже среди детей младших возрастных групп *при соблюдении обладателем информации установленных законом условий, а именно: если в классифицируемой информационной продукции:*

- 1) содержится идея торжества добра над злом;
- 2) сострадание к жертве насилия;
- 3) выражается осуждение насилия или отрицательное, осуждающее отношение к лицам, их совершающим;
- 4) не обосновывается и не оправдывается допустимость насилия, жестокости, антиобщественного и противоправного поведения;
- 5) изображение и описание насилия, жестокости, антиобщественных действий носит ненатуралистический (см. глоссарий), кратковременный или эпизодический характер;

- 6) распространяемая среди детей информация не должна побуждать среднестатистического ребенка определенной возрастной группы к совершению антиобщественных, противоправных и иных деструктивных действий либо вызывать у детей патологические страхи, ужас или панику;
- 7) а изображение или описание заболеваний человека (и (или) их последствий могут распространяться среди детей только в форме, не унижающей человеческого достоинства.

3. Во избежание вредного воздействия информации на здоровье и развитие детей в ряде возрастных групп исключается **натуралистическое изображение (описание)** заболеваний человека и их последствий, несчастного случая, аварии, катастрофы либо ненасильственной смерти, а также демонстрация их последствий.

4. Допускаемые федеральным законом для распространения среди детей в возрасте от 12 до 18 лет изображения (описания) половых отношений между мужчиной и женщиной исключают изображение (описание) действий сексуального характера и разрешены лишь при условии, что они не эксплуатируют интереса к сексу (то есть не относятся к эротическим - см. статью 37 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации») и не носят возбуждающего и(или) оскорбительного характера.

5. Для аудитории в возрасте от 12 до 16 лет кроме того вводятся дополнительные ограничения в виде указания на эпизодический и ненатуралистический характер таких изображений (описаний).

6. Дозируется **продолжительность изображения (описания)** актов (сцен) насилия, жестокости, иных деструктивных или потенциально опасных для ребенка видов поведения, допускаемые для распространения в младших возрастных группах детей только в форме **эпизодической** (то есть отдельными редкими эпизодами) или **кратковременной** (непродолжительной) демонстрации.

7. Возрастная классификация информационной продукции должна

осуществляться *с учетом:*

- 1) жанра;
- 2) тематики;
- 3) содержания;
- 4) и оформления информационной продукции.

При необходимости для учета указанных обстоятельств и профессионального проведения возрастной классификации изготовителями (распространителями) могут привлекаться специалисты соответствующего профиля.

8. При разработке системы возрастной классификации информационной продукции привлекались специалисты в области педагогики, детской и подростковой психологии, психиатрии, физиологии, педиатрии и учитывались *особенности восприятия тех или иных видов содержащейся в ней информации детьми соответствующей возрастной группы и вероятность причинения ею вреда здоровью и развитию детей.*

9. При построении законодательной конструкции системы возрастной классификации информационной продукции применены *технические приемы:*

1) *определения в законе закрытого перечня* не запрещенных, а, напротив, допускаемых для распространения среди определенной возрастной категории детей видов информационной продукции, содержащей информацию определенного содержания (все виды информации, выходящей за рамки установленных перечней, признаются законом запрещенными для распространения в соответствующей возрастной группе детей);

2) *прием «матрешки»*, когда установленный для каждой последующей возрастной категории перечень допустимых для оборота видов информации включает в себя также все перечни видов информации, допустимых для оборота среди детей более младших возрастных групп.

10. При оценке радио- и телепередач, а также периодических печатных изданий *на предмет их предназначенности для детей и*

подростков, направленности на детскую аудиторию следует учитывать, что доказательствами такой предназначенности (направленности) могут выступать:

1) *заявление о регистрации средства массовой информации*, в котором должны быть указаны его примерная тематика и (или) специализация (п. 7 ст. 10 Закона о СМИ);

2) *свидетельство о регистрации* передачи (печатного издания) в качестве средства массовой информации, примерной тематикой которого являются детские передачи (публикации);

3) *сведения, содержащиеся в прокатном удостоверении на кино- и видеофильмы*;

4) *целевая аудитория*, для которой преимущественно данная передача (печатное издание) *по своему содержанию предназначена* (п. 10 письма Федеральной антимонопольной службы от 26.12.2005 № АК/19277 «О рекламе азартных игр и игорных заведений»), о чем могут свидетельствовать, в частности, следующие признаки:

- а) название передачи (печатного издания), ее рубрик или иных структурных частей;
- б) возрастной состав присутствующей в студии зрительской аудитории, включающей несовершеннолетних;
- в) переписка редакции с несовершеннолетними зрителями (читателями); предназначенные для детской аудитории сюжеты передач (публикаций); преимущественно детская и школьная тематика самой информационной продукции (в том числе тестов, заметок, комиксов);
- г) частое использование ведущими (авторами) подростково-молодежного сленга;
- д) форма обращения редакции, ведущих и авторов текстов к зрительской (читательской) аудитории, характерная для общения с детьми и подростками, и пр.

Под *неопределенным кругом лиц*, для которых предназначено или среди которых распространяется средство массовой информации либо иная информационная продукция, понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя информационной продукции и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу ее оборота. Такой признак информации, как *предназначенность ее для неопределенного круга лиц*, означает отсутствие в ней указания о некоем лице или лицах, для которых она создана и на восприятие которых направлена, а также то, что заранее невозможно определить всех лиц, до которых такая информация будет доведена (см. письмо Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Структура модели проведения экспертизы информационной продукции

В структуре модели были выделены пять модулей.

1. Модуль описания информационного продукта как объекта экспертизы в соответствии с №436-ФЗ

1.1.1. Виды информационной продукции:

- *продукция средств массовой информации* – в том числе телепрограммы и телепередачи, транслируемые по сетям местного и кабельного вещания, региональные и местные периодические печатные издания (газеты, журналы), распространяемые в соответствии с требованиями Закона РФ «О средствах массовой информации»;

Под *массовой информацией* понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы. Под *средством массовой информации* понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации.

Под *продукцией средства массовой информации* понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы.

Под *периодическим печатным изданием* понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год (ст. 2 Закона о СМИ).

Газетой является периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным

общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

Под **журналом** понимается периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и литературно-художественные произведения (ГОСТ 7.60-2003 «СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения.»; письмо ФАС России от 17.09.2004 № АК/5841 «О применении пункта 1.1 статьи 16 Федерального закона «О рекламе»).

В отношении **периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети** (в том числе Интернет) применяются правила, установленные для радио- и телепрограмм Законом о СМИ, если законодательством Российской Федерации не установлено иное (ст. 24 Закона о СМИ).

- **непериодическая печатная продукция**: книги, брошюры, буклеты, постеры, иные изделия полиграфического производства и печатные издания (в том числе используемые при обучении детей в учреждениях дошкольного, общего и дополнительного образования, включая школьные дневники и тетради);

- **аудио- и аудиовизуальная продукция**, включая кино-, теле- и видеофильмы, созданные в художественной, хроникально-документальной, научно-популярной, учебной, анимационной или иной форме;

К **аудиовизуальной продукции** относится кино-, видео-, фоно -, фотопродукция и ее комбинации, созданные и воспроизведенные на любых видах носителей (ст. 5 Федерального закона от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»; раздел XII Правил продажи отдельных видов товаров, утв. постановлением Правительства РФ от 19.01.1998 № 55).

К **фильмам** относятся аудиовизуальные произведения, созданные в художественной, хроникально-документальной, научно-популярной,

учебной, анимационной, телевизионной или иной форме на основе творческого замысла и предназначенные для восприятия с помощью соответствующих технических устройств (ст. 2 Федерального закона от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»).

Под **мультипликационными фильмами** понимаются фильмы, полученные путем съемки рисунков или кукол, изображающих отдельные моменты движения. К мультипликационным могут быть также отнесены фильмы, изготовленные с помощью компьютерной графики. Однако использование в игровых фильмах компьютерных спецэффектов не приравнивает автоматически данные фильмы к мультипликационным (письмо ФАС России от 17.09.2004 № АК/5841).

- **электронные и компьютерные игры и программы** (в том числе предоставляемые несовершеннолетним в торговой сети, сети проката, в игровых автоматах, в игровых, компьютерных клубах, Интернет-кафе и других досуговых учреждениях, а также распространяемых в сетях Интернет и мобильной связи) оборот которых регулируется ч. 1 ст. 9 и ч. 2 ст. 10 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

- информация, распространяемая с использованием **информационно-телекоммуникационных сетей общего пользования** (в том числе сети Интернет) и сетей радиотелефонной (мобильной) связи в соответствии с ч. 1 ст. 9 и ч. 2 ст. 10 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Декларацией Совета Европы о свободе обмена информацией в Интернете от 28.05.2003;

- информация, распространяемая посредством **зрелищных (в том числе публичных театрально-зрелищных и зрелищно-развлекательных) мероприятий**, включая театральные и театрализованные представления, эстрадные концерты, сценические шоу, выставки, а также прокат и публичный показ кино- и видеофильмов в соответствии со

ст. 31 Основ законодательства о культуре;

- информация, распространяемой в форме реализации ***образовательных и просветительных программ и методик*** (в том числе экспериментальных и инновационных), предназначенных для обучения детей в учреждениях дошкольного, общего и дополнительного образования) в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации»;

- ***рекламная продукция***, включая: наружную рекламу; рекламу в теле- и радиопрограммах, теле- и радиопередачах; рекламу в периодических печатных изданиях (прежде всего в изданиях, предназначенных для детей); рекламу, распространяемую при кино- и видеообслуживании; рекламу, распространяемую по сетям Интернет и мобильной связи; рекламу, размещаемую на транспортных средствах и с их использованием (в соответствии с требованиями ч. 4, 5, 6, 10 ст. 5, ст. 6, 7, ч. 7 ст. 14, ч. 6 ст. 15, ст. 21 – 24, 27 и других статей Федерального закона «О рекламе»);

Под *рекламой* понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. К *ненадлежащей рекламе* относится реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона о рекламе).

Под *кино- и видеообслуживанием* понимается услуга по показу художественных, документальных, научно-популярных, мультипликационных, учебных, кино- и видеофильмов, предназначенных для публичной демонстрации кино- и видеозрелищными предприятиями и имеющими прокатные удостоверения установленного образца, выданных в установленном порядке (постановление Правительства РФ от 17.11.1994 № 1264 «Об

утверждении правил по киновидеообслуживанию населения»).

1.1. 2. Характеристики объекта экспертизы

1. Полное название информационного продукта, автор
2. Объективные показатели (учредитель, издательство, язык, регион распространения, время и место выпуска, периодичность, объем, тираж, формат и т.п.)
3. Целевая аудитория, заявленная учредителем, издателем, возрастные ограничения или маркировка
4. Тип и вид информационного продукта
5. Тематика, содержание, жанр
6. Характер предъявления информационного продукта (иллюстрирования, музыкального сопровождения, скорости предъявления видеоряда и т.п.)

2. Модуль идентификации предмета экспертизы

2.1 Описание сути прецензий к информационному продукту, адресованных эксперту

2.2. Особенности контента при учете восприятия информационного продукта детьми определенной возрастной категории (№436-фз , ст. 2 – 2,2)

Экспертиза особенностей восприятия информационного продукта, как это сформулировано в ст.6, п.2-2 Федерального закона, в значительной степени носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты.

Поэтому ряд позиций возможно выяснить только анкетно-вопросным методом. При этом фиксировать в экспертизе можно лишь те признаки,

которые присутствуют в **контенте** (контент включает не только текст, содержание, но и изображение, музыкальное сопровождение и т.п.)

2.2.1. Общее описание информационного продукта

- Тип творчества
- Способ отображения реальности
- Визуальные и художественно-эстетические характеристики
- Общие характеристики продукта

2.2.2. Характеристики персонажей и их поведения

- Типы главных героев, персонажей, образов
- Характеристики героев, персонажей
- Модели поведения, характеристики реалистических и нереалистических персонажей (*мотивация, тип коммуникации, способ разрешения конфликтов, степень привлекательности главного героя, вектор поведения, наличие в тексте вербальных оценок поведения*).
- Тип отношений между персонажами (*со сверстниками, со взрослыми, в семье*)
- Поведение персонажей в контексте ценностно-этических норм
- Поведение персонажей в контексте межэтнического и межнационального общения.

2.2.3. Общее интеллектуальное, ценностно-нравственное, социокультурное влияние информационного продукта

- Степень содействия воспитанию и усвоению целевой аудиторией основополагающих норм, ценностей, этических представлений (ценность семьи, уважение к родителям, старшим, патриотизм, нормы правового поведения, ценности образования, познания, саморазвития, культурно-эстетические, ценности трудовой деятельности, нравственно-этические нормы поведения)
- Степень содействия развитию гражданской российской идентичности

- Степень содействия развитию творческих способностей детей и подростков
- Степень адекватности и информационного продукта возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории
- Преобладающая направленность информационного продукта с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию.

2.3. Анализ контента информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка (№436-ФЗ , ст.5-2,3)

В разделе, в соответствии с положениями Федерального закона, фиксируется наличие информации, вредной для здоровья и развития ребенка по двум параметрам:

- степень присутствия и выраженности темы в контенте (отчетливо выражена, присутствует в качестве побочной, фоновой, нет этой темы);
- оценочное отношение к ней при условии наличия темы в контенте (одобряется, не одобряется, нейтральное отношение).

Кроме фиксации наличия тем, которые Законом трактуются как приносящие вред детям, экспертам задаются уточняющие вопросы, которые выясняют скорее мнения эксперта, чем факты, но служат важным подспорьем при формировании окончательного решения эксперта по поводу информационного продукта, его вреда или безвредности для детской аудитории по перечисленным ниже направлениям.

2.3.1. Информация, побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью (№436-ФЗ, ст.5, 2-1,2)

2.3.2. Информация, поощряющая или призывающая детей на антиобщественные и противоправные действия (№436-ФЗ, ст. 5, 2-2, 6)

2.3.3. Информация, обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости, либо побуждающая

осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным (№436-ФЗ, ст.5, 2-3)

2.3.4. Информация, отрицающая семейные ценности и формирующая отношение к родителям и (или) другим членам семьи (№436-ФЗ, ст.5, 2-4)

2.3.5. Употребление ненормативной лексики (№436-ФЗ, ст.5, 2-6)

2.3.6. Информация порнографического характера (№436-ФЗ, ст.5, 2-7)

3. Модуль дополнительного экспертно-методического сопровождения

Предполагает обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы, соответствующих типу и виду продукции, а также перечень этих методик и их краткое описание.

4. Модуль: итоговое экспертное заключение (№436-ФЗ, ст.18)

По результатам целостной оценки информационного продукта и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории аудитории.

4.1. Обоснование заключения предполагает:

- описание степени выраженности перечисленных в методике признаков информационного продукта;
- соотнесение степени выраженности признаков с общим ценностным контекстом информационного продукта при учете наличия или отсутствия в информационном продукте воспитательного эффекта;
- описание информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка в соответствии со статьями 5-10 №436-ФЗ по степени выраженности и оценочного вектора информации (*одобряется, не одобряется, нейтральная оценка*).

4.2. Итоговое заключение(№436-ФЗ, ст.18, п.1.7)

оформляется следующим образом:

1) дата, время и место проведения экспертизы информационной продукции;

2) сведения об экспертной организации и эксперте (фамилия, имя, отчество, образование, специальность, стаж работы по специальности,

наличие ученой степени, ученого звания, занимаемая должность, место работы);

3) вопросы, поставленные перед экспертом, экспертами;

4) объекты исследований и материалы, представленные для проведения экспертизы информационной продукции;

5) содержание и результаты исследований с указанием методик;

6) мотивированные ответы на поставленные перед экспертом, экспертами вопросы;

7) выводы о наличии или об отсутствии в информационной продукции информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, о соответствии или несоответствии информационной продукции определенной категории информационной продукции, о соответствии или несоответствии информационной продукции знаку информационной продукции.

Процессуальное оформление результатов экспертизы

По окончании экспертизы дается *экспертное заключение*.

Каждая страница экспертного заключения нумеруется и подписывается в порядке, определенном настоящим порядком. Любые исправления в заключении экспертизы не допускаются. В случае, если в качестве эксперта привлечена экспертная организация, заключение экспертизы подписывается всеми работниками (экспертами), проводившими исследования, утверждается руководителем экспертной организации и заверяется печатью этой организации.

Экспертное заключение *оформляется в трех экземплярах*, имеющих равную силу. К каждому экземпляру экспертного заключения прилагаются:

а) приложения, указанные в заключении экспертизы;

б) копии документов и материалов, собранных и полученных при проведении экспертизы.

В течение двух рабочих дней со дня подписания экспертного заключения один экземпляр направляется в Роскомнадзор, другой экземпляр

передается заказчику экспертизы информационной продукции, третий хранится у эксперта или в экспертной организации в течение пяти лет.

Информация о проведенной экспертизе и ее результатах размещается Роскомнадзором на официальном сайте в течение двух рабочих дней со дня получения экспертного заключения.

5. Модуль: характеристики эксперта (№436-ФЗ, ст.18 - 1,2)

- Дата проведения экспертизы
- Место проведения экспертизы
- Экспертная организация (название)
- Эксперт (ФИО)
- Характеристики эксперта (*образование, специальность, стаж работы по, специальности, ученая степень и звание, место работы и должность*)

16.1.2. Разработка и определение 20 требований к процедуре проведения экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ

В соответствии с Федеральным Законом выделяются следующие требования к процедуре проведения экспертизы.

- Экспертизу информационной продукции имеет право проводить только эксперт или экспертная организация, имеющая аккредитацию Роскомнадзора.
- Списки аккредитованных экспертных организаций должны быть открытыми и доступными для ознакомления для любых физических и юридических лиц и должны быть размещены на официальном сайте Роскомнадзора.
- Порядок проведения экспертизы информационной продукции устанавливается уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти с соблюдением требований настоящего Федерального закона.
- Экспертиза информационной продукции может проводиться двумя и более экспертами одной специальности (комиссионная экспертиза) или разных специальностей (комплексная экспертиза).
- Срок проведения экспертизы информационной продукции не может превышать тридцать дней с момента заключения договора о ее проведении.
- Экспертное заключение составляется в трех экземплярах для передачи заказчику экспертизы, и для направления в течение двух рабочих дней со дня подписания экспертного заключения в Роскомнадзор.
- Экспертное заключение хранится у эксперта или в экспертной организации в течение пяти лет.

- Оплата услуг экспертов, экспертных организаций и возмещение понесенных ими в связи с проведением экспертизы информационной продукции расходов осуществляются за счет заказчика экспертизы.

Содержательные требования к экспертизе:

- независимость экспертизы
- научная обоснованность (валидность, надежность, достоверность методов)
- использование научно обоснованных методик, соответствующих вопросам, поставленным перед экспертом
- объективность
- учет возрастной специфики восприятия детьми и подростками информационной продукции
- в процессе проведения экспертизы эксперт обязан учитывать специфику канала распространения информационной продукции и культурно-исторический контекст, в котором был создан информационный продукт
- дифференциация краткосрочного и долгосрочного эффекта воздействия информационной продукции на ребенка
- формулирование условно-вариантного прогноза воздействия информационной продукции на ребенка
- аргументированное обоснование выбора вида экспертизы (индивидуальная, комиссионная или комплексная)
- в случае проведения комиссионной или комплексной экспертизы каждый участник экспертизы подписывает всё заключение – в случае согласия с ним, или же – в случае несогласия – подписывает только ту часть, которую проводил он лично
- эксперт или экспертная организация обязана четко сформулировать аргументы при вынесении суждения о наличии или отсутствии в информационной продукции информации, причиняющей вред

здоровью и (или) развитию, о соответствии или о несоответствии информационной продукции определенной категории, о соответствии или о несоответствии информационной продукции знаку информационной продукции

- в результате экспертизы должны быть сформулированы мотивированные ответы на поставленные перед экспертом вопросы
- эксперт имеет право запрашивать дополнительную информацию для проведения экспертизы у заказчика или у компетентных лиц или организаций

16.1.3. Особенности проведения лингвистической экспертизы печатных текстов

Употребление русского языка в постсоветских СМИ подлежит не только традиционной и заслуженной критике, но и правовому исследованию на предмет выявления речевых преступлений. Доказательства по ним добываются в т. ч. посредством лингвистической экспертизы конфликтогенных текстов.

Основанием оценки медиатекстов являются культурно-речевые критерии, которые включают нормы литературно-языковые, стилистические, логические, композиционные. Недавно для оценки массовокоммуникативных текстов был предложен еще один критерий - сформулирована концепция лингвоэтики. Она сигнализирует о снижении нравственных требований, о детабуизации «телесного низа», о травестировании таких серьезных тем, как отечественная история и культура, жизнь народа и пр. Отсюда активное употребление пошлых и неприличных выражений в печати и в эфире, равно как на киноэкране и на театральной сцене (Бессарабова 2008:22-38; Сурикова 2007:133-184).

Такой качественный параметр речи, как истинность, введен в теорию культуры речи известной исследовательницей русской стилистики (Васильева 1982); она соединяла его с идеологическим наполнением

советских СМИ. Параметр истинности предложения-высказывания стал одним из основных в семантико-синтаксической концепции (Арутюнова 1976). Его изучение в проблемной группе «Логический анализ языка» внесло неоценимый вклад в развитие теории лингвистической экспертизы, о чем см. ниже.

Особый - речевой, коммуникативный - тип и уровень норм был введен в рассмотрение под названием постулатов общения (Грайс 19XX), коммуникативных конвенций (Лич 19XX). Закономерности, стратегии и тактики речевого общения анализировались с точки зрения эффективности, которая возникала как благодаря строгому следованию этикету и этике, так и вследствие их намеренных нарушений, имеющих речевоздействующее или игровое предназначение (Клюев 1998; Иссерс 1999; Формановская 2007). В работах когнитивно-дискурсивного направления критике подвергаются манипулятивные приемы построения текстов, реализуемые в том числе через вариативную интерпретацию действительности (Баранов, Паршин 1989; Политический дискурс 1 – 10, 1997-2007).

Общефилологическая концепция нормативности окончательно сформировалась и приобрела высшие измерения в «Теории риторики» Ю.В. Рождественского. Анализируя закономерности коммуникаций в соотношении с видами риторического этоса, ученый выявил способы регулируемости речей начиная с дописменных времен и сделал вывод, что с определенного этапа «вся система речевых отношений регулируется государством» (Рождественский 1997:493). Он обратил особое внимание на конституционное понятие «свободы слова», «что означает, что каждый человек пользуется правом высказывать любые мысли в любом виде речи», и подчеркнул, что она «ограничивается тремя основными положениями: запрещается диффамация, т.е. высказывания и распространение высказываний, порочащих конкретного человека или конкретных людей; запрещается нанесение вреда народному здравью (сюда входит и порнография); (...) и, наконец, запрещается подрыв общественного порядка,

т.е. высказывания в любых видах речи, направленные против общественного и государственного устройства» (там же, с. 493-494). Кроме общих юридических принципов Ю.В.Рождественский показал «общие моральные принципы, управляющие речью, которые включают в себя не только запрет повреждения словом, наносимого другим людям и обществу, но и запреты причинения словом ущерба другим и самому себе, такие как запрет хвастовства, лжи, проклятий, угроз, сплетен, клятвопреступлений и др.». Ученый обозначил нарушения правовых норм как **«речевые преступления и проступки»** (там же, с. 494), первое словосочетание закрепилось как термин лингвоконфликтологии (Голев 2008).

Определение понятия **речевое преступление** дал юрист, специалист по праву СМИ и конфликтолог проф. А.Р.Ратинов. По его мнению, специфика этих деяний, которые чаще всего инкриминируются СМИ, но совершаются и в бытовом, и в производственном общении, принципиально отличающая их от любых иных видов правонарушений, состоит в том, что «совершаются они посредством вербального поведения, путем использования продуктов речевой деятельности, т.е. текстов, распространяемых в средствах массовой информации. В самом тексте опубликованного или переданного в эфир материала (и только в нем) заключен сам *Corpus delicti*, все объективные признаки судимого деяния. Никаких других источников доказательства правонарушений по делам этой категории не существует, и только текст является главным предметом исследования и юридической оценки. В информационном споре должны быть выявлены словесные конструкции и смысловые единицы текста, подпадающие под признаки конкретного правонарушения, предусмотренного соответствующей законодательной нормой» (Ратинов 1996\2004:104). «Журналистские правонарушения» включают распространение материалов противоправного содержания, пропагандирующих национальное превосходство или неполноценность, призывающих к насильственному изменению конституционного строя, общественным беспорядкам и проч. (там же, с.103-104)

Новое понимание нормативности русского языка в СМИ стало знаменем эпохи, потому что при формировании новой российской государственности обновилась и система регуляторов масс медиа. В Конституции Российской Федерации (1993) была отменена цензура и провозглашена свобода слова и мнения, распространения информации, свобода совести, собраний и др. В 1990 г. был принят первый в истории страны закон о журналистской деятельности - «О СМИ», в 1995\2006 – закон «О рекламе», на рубеже XX-XXI вв. сложилось избирательное законодательство, регулирующее и политическую коммуникацию, прежде всего предвыборную агитацию. Законодательные требования и запреты стали в конечном счете влиять на языковое (в широком смысле) оформление текстов (Понятия части и достоинства 1996).

Отмена идеологической цензуры – явление исторически прогрессивное – сопровождалась, к сожалению, отменой цензуры нравственной, что позволило вульгаризмам и матерщине проникнуть в медиаречь – традиционную сферу использования литературного языка. Возникли новые виды цензурирования: экономическое (в виде «диктата рынка» или владельца издания) и чиновничье («административный ресурс»). Именно с начала 90-х, с принятием Закона «О СМИ», который опирается на конституционные нормы и требования общего законодательства, пошел вал исков против журналистов; в этом отобразилось как заслуженное недовольство их продажностью и хамством, всей «желтой» и «стебовой» журналистикой (Солганик 1995), так и злостное стремление ограничить свободу слова и мнений, которое прикрывается защитой нематериальных благ и прав человека (чести, достоинства, деловой репутации) и обеспечением безопасности государства, социальной стабильности, гражданского мира и порядка.

Поэтому в 1991 г. под руководством А.К.Симонова был создан Фонд защиты гласности (ФЗГ). Эта общественная организация, партнерская по отношению к союзам журналистов России, защищает одновременно права

журналистов на осуществление профессиональной деятельности от недобросовестных политиков, чиновников, бизнесменов, а также права массовой аудитории на доброкачественное информирование и права конкретных ее представителей, морально пострадавших от медийных борзописцев.

А с принятием в 1992 г. Закона «О языках РФ», а затем - в 2005 г. - Закона «О государственном языке Российской Федерации» получило законодательную базу и употребление русского языка как (обще)государственного языка РФ (при наличии статуса государственных у языков титульных наций в республиках Российской Федерации). По факту (т.е. согласно формулировкам в этом законе, но в отсутствие специальных дефиниций) в качестве государственного в РФ работает не что иное, как литературная разновидность национального русского языка; она и является объектом регулирования. Регулируются именно публичные сферы его употребления, которых в законе насчитывается 10 – от городской информационной среды, законодательства, образования и науки, избирательной коммуникации до журналистики (печати, телевидения и радиовещания) и рекламы. При этом в их числе резонно не упоминается такая сфера словесности, как литература, которая регулируется эстетическими закономерностями создания и подвергаться законодательной регламентации должна на принципиально иных основаниях.

Законом установлено, что в публичных сферах общения надлежит использовать именно литературный русский язык. Логично сделать вывод, что его нелитературные разновидности и их единицы там использовать нельзя; однако явного запрета на это не имеется. В законе оговаривается возможность употребления ненормативной лексики в журналистике в соответствии с художественным замыслом. Однако применительно к рекламе, где действуют похожие стилистические нормы и где авторы-рекламисты ради вовлечения потенциальных покупателей, ради запоминания коммерческих имен и товарных знаков (эргонимов и прагматонимов) и

ключевых фраз (слоганов) прибегают к ярким экспрессемам, в том числе к жаргонизмам и ненормативной орфографии, - для рекламы подобных исключений в Законе нет, хотя действуют послабления для эргонимов - иностранных товарных знаков (Кара-Мурза в печати).

Следовательно, в представления о качествах речи, наряду с понятиями о грамотности, точности, выразительности и проч. (Головин 1980), теперь включено понятие законосообразности речи. Оказывается, что в пресловутой ситуации употребления ненормативной лексики в журналистском или в политическом тексте может нарушаться норма не столько стилистическая (в конечном счете вкусовая, см. Костомаров 1999), сколько юридическая, - а это уже совершенно другая степень ответственности, другая мера наказания для автора и\или издания. И наоборот, текст, в котором полностью соблюдены литературные, логические и композиционные нормы, может оказаться подсудным: его может сначала счесть деликтом истец, а потом признать таковым и суд; в нем могут диагностироваться признаки речевых преступлений, не связанных с ненормативной лексикой, но проявляющихся или подозреваемых в других лингвистических показателях.

В новых правовых условиях для практиков массовокоммуникативной словесности: и для журналистов, и для спичрайтеров, и для политиков - очень важно знание уже не только законодательства, которому в соответствующих профессиональных сферах подчиняется речевая деятельность, но и собственно текстовых, лингвосемиотических «зон риска». Фактически с такими прикладными целями и для этих целевых аудиторий коллективом московских ученых, руководимых акад. А.А.Леонтьевым (психологом, психолингвистом, судебным экспертом), было предпринято под эгидой ФЗГ пионерское исследование проблематики текстовых правонарушений в СМИ. По его итогам была опубликована книга (Понятия чести и достоинства... 1996), проведена междисциплинарная конференция, прошли дискуссии, в том числе на нашем факультете (Кара-Мурза 1998).

Еще одна профессиональная группа, которой адресовалась эта книга, чьи представители активно участвовали в ее подготовке и обсуждении, - это юристы: судьи, прокуроры и адвокаты. Знание лингвистических показателей речевых деликтов необходимо им в силу сложности вынесения приговора по делам, связанным с истолкованием текстов.

Естественные языковые произведения характеризуются принципиальной множественностью смыслов; это имеет особые последствия для авторов и реципиентов текстов СМИ, вовлеченных в судебное разбирательство. Характеристике текста как деликта, которая дается стороной истца, противостоит его интерпретация со стороны ответчика как законосообразного речевого произведения. А разнообразие словесного воплощения мысли усложняет определение инкриминированного выражения как показателя речевого преступления, когда суд соотносит его с признаками в законах и комментариях к ним, включая признак умысла в уголовных преступлениях (клевете, оскорблении, словесном экстремизме), который соотносится с речевой интенцией, а обвиняемый пытается оправдаться, отмечая умышленность.

Поэтому для анализа неоднозначных текстов судьи прибегают за помощью к специалистам по речевому поведению и воздействию. Практика обращения к экспертам в той или иной области традиционна для судебного расследования. Лингвистический материал как источник доказательств, «следов преступления» исследуют в нескольких типах экспертиз – фоноскопической, авторо- и почерковедческой. Эти экспертизы давно обеспечены теоретической базой и инструментарием, в том числе высокотехнологичным, включая компьютерные технологии, и стали объектом теоретического осмысления (Галяшина 2003); подготовка кадров для них ведется в филологических вузах под названием «Лингвокриминалистика». Но для выявления речевых преступлений, сущность которых кроется в особенностях содержания или формы, с

определенными текстовыми \языковыми показателями, нужна иная лингвистическая экспертиза (ЛЭ) – семантическая по типу (Баранов 2007).

Содержание ЛЭ (в отличие от других типов судебных экспертиз на языковом материале) раскрывается как «исследование текста письменного документа или устного высказывания в целях решения вопросов смыслового понимания» (Галяшина 2006:X). Активизация дел по этим преступлениям и недостаточная разработанность методик стимулировала во второй половине 90-х исследования в этой области. Расширялся круг экспертов, работавших в этой сфере. В 2001 г., в дополнение к государственным экспертным учреждениям Минюста и МВД, возникли независимые организации: ГЛЭДИС (Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам) в Москве, АЛЭП (Ассоциация лингвистов-экспертов и преподавателей) «Лексис» в Барнауле; с тех пор аналогичные ассоциации появились в Москве и в других городах.

Речевые преступления в журналистике и в политической сфере

Политика конца XX-начала XXI вв. характеризуется как медиатизированная (Шампань 1997:154-155): основные ее цели – коротко говоря, завоевание и удержание власти - реализуются в значительной степени через коммуникативные отношения разных институций власти и социума. Функциональные направления политической коммуникации: информация и медиация, агитация и пропаганда – реализуются через медиаканалы: печатные, электронные, дигитальные. Текстовое воплощение политической коммуникации - политический дискурс (Шейгал 2000).

Этот тип коммуникации, с одной стороны, а с другой – журналистика и публицистика сущностно, содержательно близки (СМИ и политика 2007): исходя из общности их ценностно-аргументативных систем, они характеризуются такой стилевой чертой, как социальная оценочность (Солганик 1982). Тексты публицистики и политики похожи и функционально-стилистически, у них одинаковая стилистическая норма (т.е.

употребление в данных типах текстов маркированных ресурсов, собственных и иностилевых) - конструктивный принцип «экспрессия - стандарт» (Костомаров 1971). При этом несомненна дискурсивная, речедеятельностьная разница политической коммуникации, с одной стороны, и публицистики с журналистикой – с другой, предопределенная разными речевоздействующими функциями и эффектами, конфигурациями заказчиков текстов, их авторов и реципиентов, разными темами и проблемами, особыми, хотя и взаимосвязанными системами экстралингвистических регуляторов. Важная роль традиционных масс медиа в электоральных процессах и в формировании массовых политических установок позволила охарактеризовать СМИ как «четвертую власть». Однако это всего лишь метафора - и отношения политики и журналистики, точнее, отношения политиков и журналистов издавна являются более или менее (в зависимости от исторических и местных условий) конкурентными и конфликтными.

Российский политический дискурс – это речевое воплощение коммуникативного аспекта политики. Она регулируется, во-первых, Конституцией Российской Федерации - прежде всего в том, что касается свобод и прав граждан. Во-вторых, федеральным избирательным законодательством, в котором изложены нормы – от того, как регистрировать партии, до того, когда и как можно и нельзя вести предвыборную агитацию. В-третьих, законом «О СМИ», где законодательно указаны пределы участия журналистов в политической коммуникации: их профессиональные задачи не предполагают вмешательства в политику (в отличие от комплексной функции «пропагандиста, агитатора и организатора» партийно-советских СМИ). Нарушение требований этих и нек. др. законов является преступлением той или иной степени тяжести.

В соответствии с законами в масс медиа выявляются, во-первых, специфические речевые преступления («политические», «журналистские», «рекламные»), а во-вторых, модификации в нем «универсальных

преступлений» (диффамации в широком понимании, словесного экстремизма и нек. др.).

Первый специфический деликт – разнообразные отклонения от норм предвыборной агитации политическими субъектами и от правил журналистского информирования о ходе кампании и ее участниках.

Стимул для различения агитации и информации возник после думской и президентской кампаний 1999/2000 гг., когда неконтролируемый поток компромата, расцвет «телекиллерства» дискредитировал не столько кандидатов, сколько саму идею предвыборной борьбы, саму идею выборов. В 2002 г. был принят Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», где в ст. 2 в число основных понятий было введено понятие агитации, а в ст. 48 раскрыты содержательные и формальные признаки предвыборной агитации и агитации по вопросам референдума. Отечественные законы воспрещают агитацию, в отличие от журналистской информации, в определенных типах изданий и в периоды от объявления предвыборной кампании до момента регистрации политического актора (политика или партии), в последние сутки перед выборами и непосредственно в день выборов. Появление агитационных материалов в медиапространстве или на наружных носителях ограничивается определенными сроками, а также пропорциональным количеством их от каждой партии в уполномоченных СМИ (например, на федеральных телеканалах и в государственных печатных изданиях).

В 2003 г. были приняты поправки в этот Закон и в Закон «О СМИ», позволявшие Министерству по делам печати, радио и ТВ, Центральной и региональным избирательным комиссиям налагать строгие санкции за необъективные журналистские и ненадлежащие агитационные материалы. Поэтому возникла необходимость различать значимые в правовом отношении типы информации: материалы, исходящие из избиркомов,

агитацию и информацию из предвыборных штабов, журналистскую информацию (новостные материалы в разных жанрах), а также аналитику: комментарии, отчеты и проч.; но критерии различения были прописаны в законах невнятно. Тогда журналисты и правозащитники заподозрили законодателей и правоприменителей в попытках урезать 1)право информированности для электората, 2)связанную с ним свободу мнений и комментариев для политической журналистики, а также 3)свободу полемики как содержательной конкуренции для политических противников. Чтобы объяснить новые правила журналистской деятельности на период выборов и указать «границы безопасности», ЦИК выпустила летом 2003 г. комментарий «Средства массовой информации и выборы: вопросы и ответы». В свою очередь осенью 2003 г. ФЗГ подготовил силами правоведов, журналистов и лингвистов-экспертов брошюру - комментарии к этому комментарию (Обреченные на немоту? 2003). В специальном разделе «В помощь редакторам: лингвисты-эксперты о предвыборной информации и агитации» нами были предложены приемы анализа и основные показатели, позволяющие различать вышеуказанные направления политической коммуникации и журналистики (Кара-Мурза 2003).

Проблема заключается, во-первых, в неразличении понятий политической рекламы и предвыборной агитации в самом законодательстве, а во-вторых, в неразработанности лингвистических показателей рекламы и агитации, рекламы и журналистики. Агитационные и рекламные материалы в СМИ опасным образом интерферируют с собственно журналистскими публикациями, провоцируя «снятие с дистанции» неугодных кандидатов. Можно предположить, что политическая реклама сущностно подобна, фактически идентична предвыборной агитации и что это обстоятельство следует учитывать в законодательном порядке, на практике политических кампаний и в сфере правоприменения. Но это до сих пор наша гипотеза.

С точки зрения прикладной лингвистики важно, что законодатель требует разграничить в массовой коммуникации типы дискурсов, которые

ориентированы на разные познавательные, эмоциональные и поведенческие эффекты, а именно, отличать предвыборную агитацию и рекламу от журналистики и все их – от деловой коммуникации, от документных текстов. И визуально (с помощью «рамочки»), и словесно (через маркировку *«На правах рекламы»* или *«Оплачено из избирательного фонда кандидата Х»*), и жанрово-стилистически (с лозунгами *«Долой самодержавие!»* или *«Россия для русских!»*) целевая и массовая аудитория получают предупреждение о серьезных политических и экономических последствиях, если люди отреагируют на эти послания так, как этого хотели бы их инициаторы и авторы.

Второй тип речевых преступлений в политическом дискурсе – это словесный экстремизм, который направлен против конституционного строя, общественного порядка, безопасности населения. Конституционные гарантии прав и свобод граждан Российской Федерации, статьи 280 и 282 Уголовного кодекса РФ и Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» (2006) запрещают вносить в политику экстремизм, расизм, человеконенавистничество, в том числе и посредством митинговых речей, агитационных листовок, выступлений в СМИ, а также применением символики организаций, осужденных международным сообществом как человеко-ненавистнические: итальянских фашистов, немецких нацистов (в том числе символики модифицированной, но опознаваемой). Лингвистическая экспертиза, поддерживаемая политологической, важна в случаях манипулятивной риторики – «перехвата лозунгов», обвинения политиками друг друга в исповедании одиозной идеологии или лицемерного отмежевания от нее.

В рабочих целях стоит дифференцировать такое преступление, как этноэкстремизм (термин правозащитника А.Брода), т.е. возбуждение расовой, национальной, религиозной розни (ст. 282 УК РФ), и (условно говоря) политический экстремизм, т.е. призывы к насильственному свержению конституционного строя и властей.

Среди преступлений политических обнаруживаются правонарушения против прав личности в ее национальной и социальной ипостаси. Ст. 282 УК РФ называется «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства», а состав преступления описывается как «действия, направленные на возбуждение либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе». В качестве экстремистских деяний всё чаще рассматриваются тексты блогосферы как области «народной журналистики», одно из характерных свойств которой – минимум языковой цензуры (Какорина 2007).

Третий тип – это речевые преступления против личности в ходе политической деятельности и в целях политической борьбы.

Согласно Основному закону РФ (ст. 17 и 23 главы 2 «Права и свободы человека и гражданина»), одно из неотъемлемых гражданских прав личности - человеческое достоинство (Правовые и этические нормы в журналистике 2007: 28). Преступлением считается унижение чести, достоинства и деловой репутации через диффамацию распространение порочащей информации (ст. 152 ГК РФ и ст. 129 УК РФ «Клевета»), в том числе в оскорбительной форме (ст. 130 УК РФ «Оскорбление»). Наказание по этим статьям отягчается в случае распространения публичного (устного и личного) или медийного (на бумажных, эфирных или сетевых носителях).

Профильное законодательство содержит сходные нормы. В ст. 56 «Ограничения при проведении предвыборной агитации» закона «О выборах Президента РФ» «организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, в случае обнародования (опубликования) ими агитационных и информационных материалов (в том числе содержащих достоверную информацию), способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата, деловой репутации политической партии, выдвинувшей кандидата, обязаны предоставить соответствующим кандидату, политической партии возможность до окончания агитационного периода

бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту своей чести, достоинства, деловой репутации» (Правовые и этические нормы в журналистике 2007:141). В Федеральном законе «О СМИ» ст. 4 «Недопустимость злоупотребления свободой массовой печати» гласит: «Не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний». А ст. 43 «Право на опровержение» указывает: «Гражданин или организация вправе потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации. (...) Если редакция средства массовой информации не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана опровергнуть их в том же средстве массовой информации» (Правовые и этические нормы в журналистике 2007 46; 57).

У «общеуголовных» преступлений против личности есть политические модификации: 1) **оскорбление** представителя власти при исполнении служебных обязанностей – это ст. 319 УК РФ; 2) редакция (июнь 2006) Закона «О противодействии экстремистской деятельности» дополнена пунктами: «воспрепятствование действиям органов государственной власти, **публичная клевета и обвинения в адрес чиновников, угрозы в адрес и покушения на представителей власти**».

Традиционно высокий статус российского политика на фоне простых соотечественников и традиционная его неподсудность прямо пропорциональны его обидчивости. По данным Фонда защиты гласности, большинство исков по текстам СМИ подано «чувствительными» политиками против журналистов. Со времен Средневековья до сравнительно недавних лет «оскорбление величества» и «оскорбление Божества», кошунство, считались особыми, сурово наказуемыми типами преступлений. Почти все национальные европейские суды (кроме, например, Франции) убрали из своих законов и кодексов представление о преступном характере критики

правителей и чиновничества. Согласно современному подходу, выработанному в западной юриспруденции и разделяемому отечественным правосудием, высокий статус истца не является для ответчика отягчающим обстоятельством – наоборот, согласно международному информационному праву, политик подвержен сугубому вниманию общества и не смеет возражать против пристрастности прессы, поскольку его личные и семейные обстоятельства, его здоровье и его финансы являются факторами нормального функционирования социума.

Речевое преступление как проявление конфликтного характера массовой коммуникации

Речевое преступление - явление той же природы, что и коммуникативная неудача (КН), и коммуникативный конфликт. В них воплощается некооперативный тип общения и проявляется инвективная (бранная) функция языка (Голев 1999). В одной из первых работ о КН авторы утверждали, что «само понятие коммуникативной неудачи, покоящееся на некоторых общих особенностях социальной и индивидуальной природы человека, имеет универсальные черты» (цит. по Земская 2004:646) и что причины неудач коренятся и в устройстве кода – естественного языка с его асимметричностью, и в человеческом факторе (в психологических типах коммуникантов и в их ситуативных установках), и в деятельностных обстоятельствах.

На наш взгляд, прототипическим феноменом является именно коммуникативный конфликт, который, в свою очередь, предстает как частный случай конфликтного взаимодействия. «Под конфликтом (от лат. Conflictus - столкновение) мы понимаем ситуацию, в которой происходит 1)столкновение 2)двух сторон (участников конфликта) 3)по поводу разногласия интересов, целей, взглядов, 4)в результате которого одна из сторон (S) сознательно и активно действует в ущерб другой (физически или вербально), а 5) вторая сторона, осознавая, что действия направлены против

ее интересов, предпри-нимает ответные действия против первого участника» (Третьякова 2000:143).

Одна из первых исследовательниц языка конфликта Н.В.Муравьева пользуется его психологическим определением как «типа общения, в основе которого лежат реальные или иллюзорные, объективные или субъективные и в различной степени осознаваемые противоречия в целях общающихся личностей при попытках их разрешения на фоне острых эмоциональных состояний». Она считает, что «причиной коммуникативного конфликта является противоречие коммуникативных целей или коммуникативных ролей адресанта и адресата» (Муравьева 2002:7).

Мы полагаем, что важнейшей особенностью конфликта является его намеренность, стремление обеих сторон развивать взаимодействие по конфронтационному сценарию. Этим он отличается от коммуникативной неудачи, которая рождается как спонтанная негативная реакция адресата на неудачный замысел или неудачное его воплощение адресантом, в частности на языковые\ стилистические ошибки, и сравнительно легко исправляется – переспросом или самопоправкой. Если же кто-то из коммуникантов упорствует в негативизме – это верный признак конфликта.

При этом конфликт - явление инструментальное, обладающее и конструктивными, и деструктивными функциями и последствиями (Мишланов 2009). В частности, «политический конфликт – это область политических отношений, в которой различные субъекты ведут борьбу за утверждение нужных им ценностей и определенный статус, политическую власть и ресурсы на основе нейтрализации, нанесения ущерба или поражения противника» (Курбатов 2007:214). Инструментом такого конфликта, средством достижения политических целей часто становится конфликт коммуникативный, в том числе в своей «острой форме» речевого преступления.

«Основная часть КН порождена сдвигом в сторону «ухудшения» понимания коммуникативных намерений говорящего» (Земская 2004:645). В

ряде случаев собеседник желает создать видимость, впечатление непонимания; такую коммуникативную неудачу авторы характеризуют как манипуляцию (там же, с. 630). Эти свойства КН допустимо экстраполировать – по нарастающей - и на феномен коммуникативного конфликта (КК), и на речевое преступление.

Неадекватность понимания текста имеет двоякую природу: она может быть добросовестным заблуждением, которое вызвано недопониманием сложных закономерностей массовой коммуникации, где осуществляются важные социальные задачи и существуют свои творческие законы; незнанием функций журналистики или политического дискурса, жанровой целеустановки конфликтного текста, особенностей медиаформатов общения (Поэтика публицистики 199X). Такое непонимание можно назвать мизинтерпретацией. А манипулятивное, намеренное непонимание ведет к эскалации конфликта - к попытке возбуждения дела о речевом преступлении относительно законосообразного, деонтологически выверенного текста. Политики или чиновники приписывают себе неиспытанные моральные страдания, защищают от критики отсутствующую репутацию, пытаются расправиться с конкурентами или с обличителями и рассчитывая на коррумпированность суда. Недобросовестную интерпретацию, частую в информационных спорах, по аналогии с дезинформацией мы называем дезинтерпретацией (Кара-Мурза Понимание 2009).

С точки зрения стадий и конфронтационного настроения участников обнаруживается два типа: конфликт воплощения, вербализации, связанный с интенцией автора, часто - агрессивной (его можно назвать инициальным); и конфликт понимания, обусловленный намеренно неверным истолкованием истинных замыслов автора со стороны реципиента (его можно назвать конфликтом респонсивным, ответным). Для политической коммуникации характерны оба конфликта.

Сложная субъектная конфигурация медиаконфликта заслуживает особого внимания. Его участниками могут быть равновеликие политические

фигуры; в противостояние с политиком может вовлекаться фигура более «легкая», журналист, обычно вместе с изданием. Недавно в медиаконфликтах выдвинулась такая фигура, как интерпретатор-«активист», - чиновник или политик, вовлеченный в правящие структуры, с подозрением относящийся ко всякой критике и обвиняющий за нее редакцию и\или журналиста в крамольных оппозиционных устремлениях и\или финансовой нечистоплотности.

Речевые преступления обнаруживаются именно как борьба интерпретаций, отягощенная конфликтом интересов. Интерпретация – важнейший этап работы когнитивно-коммуникативного механизма: «Значения вычисляются интерпретатором, а не содержатся в языковой форме» (Демьянков 1989). Интерпретацию мы понимаем как особый этап в осмыслении текста, а именно, как вербализованный согласовательный механизм в речедеятельностной ситуации между порождающей и воспринимающей сторонами. Коммуникативную неудачу переводит на уровень конфликта в том числе неспособность обеих сторон согласовать, примирить конкурирующие интерпретации.

В интересах лингвоконфликтологии стоит дополнить типологию речевых конфликтов (Муравьева 2002) такой, где основанием классификации служит именно система интерпретации. В повседневном конфликте интерпретирующая система - это понятия «наивной этики» и лингвоспецифического речевого этикета, которые служат стихийным (естественноречевым) аналогом постулатов, сформулированных «философами языка» и коммуникатологами: *«его слова меня обидели», «характеристика показалась мне оскорбительной», «эта статья дискредитировала политика в глазах избирателей»*. В то же время с древних времен словесные конфликты (оскорбления, ссоры, обиды) регулировались уже не только речевыми конвенциями, а правовыми установлениями, которые были санкционированы государственной юриспруденцией и реализовались государственной судебной машиной. Специфика такого

речевого конфликта видится в использовании правовой интерпретативной системы; мы назвали его лингвоправовым (Кара-Мурза 2009)

Это, с одной стороны, острая форма словесного конфликта, т.е. явление коммуникативной природы, с другой – правонарушение, т.е. феномен правовой природы. В стандартном варианте он протекает по трехэтапному сценарию с «прологом» и «эпилогом» (латентными фазами), с определенным составом участников и с характерной ролевой трансформацией. Первая латентная фаза – инспирирование («заказ») и создание автором (журналистом, самим политиком или спичрайтером для политика) текста, в котором впоследствии будет усмотрен состав речевого преступления. Первый этап – восприятие текста двояким адресатом: во-первых, целевым, которому и предназначается данный текст (это массовая аудитория или электорат). Во-вторых, помимовольным адресатом, восприятие которого автор часто и не планирует; часто это именно персонаж критического текста или реципиент-«активист».

На втором этапе конфликт переносится из медиапространства в сферу правосудия, где автор и персонаж\реципиент превращаются в ответчика и истца – «наивных» герменевтов. Правовую интерпретацию недовольный реципиент уже в качестве истца адресует судье - так происходит эскалация конфликта: он переходит в острую фазу - возбуждение дела по статье. На этапе судебного разбирательства профессиональный герменевт-правовед – судья - на основании доказательств и своего правосознания выносит приговор, подтверждающий или опровергающий интерпретацию инкриминированного текста как деликта.

Третья фаза лингвоправового конфликта связана с необходимостью дополнительных доказательств; их обеспечивает профессиональный герменевт-лингвист, способный истолковать глубины смысла этого текста и помочь судье соотнести выражения, которые истец считает нарушением законодательных норм, с признаками состава преступления. Тогда либо по определению суда, либо по заказу одной из сторон выполняется

лингвистическая экспертиза. Она выступает механизмом коррекции понимания, противодействия некорректному толкованию смысла конфликтогенного текста на стадии судебного процесса.

Теоретические основы судебной лингвистической экспертизы речевых преступлений

Судебная лингвистическая экспертиза представляет собой особый источник аргументов по делу, способ обеспечения доказательности судебного процесса. Ее результаты (как и результаты других родов экспертиз) должны иметь свойства верифицируемости и воспроизводимости. Сфера ответственности экспертов-лингвистов (как и других судебных экспертов) четко определена и ограничена: они исследуют конфликтогенные тексты на предмет выявления языковых (в широком смысле) признаков речевых преступлений и не имеют права оперировать юридическими понятиями: право признавать создание и/или распространение текста речевым преступлением имеют именно и только судьи. А это, в свою очередь, налагает серьезные ограничения на формулировки правовой стороной конфликта вопросов к лингвистам-экспертам и, соответственно, их ответов.

Теоретико-методическое обоснование лингвоэкспертной деятельности в отечественной науке предложено в ряде направлений, новейшие из которых – юрислингвистика (Голев 1999:4-57; Голев 2007:7-13) и судебное речеведение (Галяшина 2003); их возникновение связано с активизацией в постсоветской России правоприменительной практики по речевым преступлениям, включая информационные споры, т.е. конфликты и правонарушения в массовой коммуникации (Информационные споры 2002). Предмет и объект, цели и задачи ЛЭ как направления прикладной лингвистики соответствуют принципам антропоцентризма в коммуникативно-когнитивной парадигме. Объектом ЛЭ является конкретный текст во всем богатстве экстралингвистических факторов - от дискурсивной специфики деятельностной области до особенностей профессиональных и

человеческих отношений коммуникантов и их личностных характеристик, - текст, в котором материализуется конфликт интересов или принципов в некоторой деятельностной области (в политике, например) и который в свою очередь провоцирует дальнейшее развитие конфликта – уже в правовом пространстве. А предметом ЛЭ, повторим, являются лингвистические показатели определенных речевых преступлений.

Если экспертиза выполняется по определению суда, то считается источником доказательств, обязательных для рассмотрения, и получает название заключения экспертов. Если же ее заказывает одна из сторон конфликта: истец или ответчик, то рождается факультативное доказательство - заключение специалистов. Текст строится как ответы на запрос суда или стороны информационного спора по инкриминируемым фразам или по конфликтогенному тексту в целом и имеет стандартное оформление и композицию: выполняется на бланке учреждения, куда послан запрос. Вступительная часть содержит сведения об экспертах (степень, звание, специальность, стаж экспертной работы), указывает на основания производства экспертизы и на обстоятельства дела. В теоретической части суду предъявляются научно-методические основы анализа и основная терминология - это «ликбез» по теории речевого общения для судебных работников, которым приходится иметь дело с наиболее сложными, манипулятивными его проявлениями. Здесь демонстрируется соотношение юрислингвистических показателей инкриминируемых фраз и правовых признаков состава данного преступления. В заключении еще раз формулируются вопросы и на них даются краткие ответы в пределах компетенции экспертов.

В филологических терминах, «решение вопросов смыслового понимания» - это герменевтика (Бельчиков 2005:15-20). Основные герменевтические процедуры в ЛЭ выполняются экспертами «вручную», интроспективными методами, хотя успешно применяются и инструментальные, компьютерные методы (Баранов 2007). Важно, что

интерпретаторские функции ЛЭ дополняются посредническими, поскольку она осуществляется в ситуации лингвоправового конфликта в специальной лингвоэкспертной (в юрислингвистической, по Н.Д.Голеву) системе понятий. Таким образом, в своей работе лингвогерменевты согласовывают три (частично налагающиеся) интерпретирующие системы анализа – юридическую, юрислингвистическую и собственно лингвистическую.

И, подобно тому как сама ЛЭ занимает промежуточное положение между языковедческим изучением коммуникативного конфликта, с одной стороны, и судебным расследованием дела по определенной статье ГК или УК РФ – с другой, так же и юрислингвистическая терминология надстраивается над собственно лингвистическими понятиями и юридизированными словами «наивного речеведения»: *информация негативная, позитивная, фактологическая; факты, мнения, оценки, предположения, слухи; клевета, оскорбление, утверждения, порочащие сведения, унижение чести и достоинства.*

Лингвистическая экспертиза базируется на нескольких фундаментальных положениях. Прежде всего - о творческом характере речевой деятельности, что проявляется в вариативности как порождения текстов, так и их восприятия (механизмы ВИД описаны в Баранов, Паршин 1989). Интерпретации, исходящие от автора и со стороны реципиента, принципиально различны, но обе могут иметь манипулятивный характер. В журналистике первая – это механизм создания текста на документальном материале, фактически – трактовка события\ явления\персонажа автором для реципиента\массовой аудитории. В «заказном» материале журналист может расставить смысловые акценты против истины и против справедливости. Вторая - механизм интерпретации текста со стороны аудитории; ситуация усугубляется, когда реципиентом текста становится его негативный персонаж. По причине непонимания, искреннего или злостного, он интерпретирует целеустановку текста с негативной информацией о себе как

злокачественную - как оскорбление или как дискредитацию, а не как социально полезную, несущую пафос критический или разоблачительный.

Однако существуют и инварианты создания и понимания текстов. Они соотносятся с определенной речевой сферой, речедетальностной ситуацией и характерной для нее жанровой формой, со статусом и профессией создателя текста (журналиста или политика); они проявляются в текстовой организации, включая образ автора и образ аудитории, и в языковом оформлении. Лингвисты-эксперты показывают закономерности создания и восприятия массово-коммуникативных текстов (включая определенную свободу понимания) филологически не подкованным истцам и юристам, которые склонны интерпретировать текст, вызвавший иск, единственным способом и именно его считать единственно правильным. И это важный просветительский эффект лингвистической экспертизы.

Еще один источник ЛЭ обнаруживается в учении о культуре речи. В нем главное – представление об иерархически устроенной системе норм, согласно которым строится текст. Для каждого дискурса, а в его пределах - жанра существуют свои речеповеденческие нормы, свои правила текстообразования и выбора стилистически маркированных средств из функционального стиля как разновидности СРЛЯ (Кара-Мурза 200X). Для текстов массовой коммуникации эта норма сформулирована в книге «Русский язык на газетной полосе» как конструктивный принцип «экспрессия – стандарт» (Костомаров 1971). Важнейшая стилистическая характеристика медиатекстов, содержательная и формальная, – это социальная оценочность (Солганик 1983). Воспринимая политический или публицистический текст как деликт, читатель-истец не учитывает, что обидевшее или оскорбившее его оценочное высказывание появилось в тексте не столько вследствие злой воли журналиста, сколько вследствие реализуемых им закономерностей журналистского творчества.

В новейшей российской истории ЛЭ стала существенным опосредующим механизмом политической коммуникации в таких разных ее

проявлениях, как электоральные кампании, протестная деятельность, борьба партий, включая отношения их лидеров, и взаимодействие политиков со СМИ. Результаты лингвистической экспертизы помогают суду справедливо разрешить конфликт (см. пример В.Красули).

Однако бывает и наоборот – ЛЭ не способствует разрешению информационного спора, а создает новый, который реализуется как конкуренция вариантов ЛЭ, как борьба интерпретаций. В силу относительной новизны ЛЭ и объективной сложности информационного конфликта эксперты могут добросовестно заблуждаться. В таких случаях, чтобы пересмотреть несправедливый приговор, бывает достаточно заказать новую ЛЭ в квалифицированной организации.

Но, к сожалению, в силу конкурентного характера политики в целом и особенностей отечественной политики в частности, ЛЭ все чаще оказывается не только инструментом объективного анализа предполагаемого речевого деликта, средством установления истины и обеспечения справедливого судебного решения, но и орудием политической борьбы на стороне одного из участников конфликта, как правило того, который облечен властными полномочиями, или властного института.

Политизация ЛЭ, как и любая ангажированность в науке, способна дискредитировать этот тип исследований. Сошлемся на мнение старшего эксперта РФЦСЭ А.А.Смирнова: «...если верить сообщениям прессы, в последние год-два мы наблюдаем не только повышение популярности судебных процессов, но и явную тенденцию к генерализации конфликтов, имеющих то или иное отношение именно к лингвистической экспертизе. Первоначально иски о защите чести, достоинства или об оскорблении национальных чувств выглядели весьма скромно. Их подавали незаметные частные лица, персонально затронутые обидной публикацией, против других частных лиц, эту публикацию подготовивших. Сегодня в качестве пострадавшей стороны все чаще пытаются выступить целые общественные организации либо даже государство в лице каких-то своих уполномоченных

представителей. В недалеком будущем объектом экспертной лингвистической оценки может оказаться не отдельная статья или публичное высказывание, а целая PR-кампания или некоторая идеология. Незаметно, но последовательно ЛЭ перемещается с отдаленной юридической периферии в область повышенного общественного интереса и пристрастного обсуждения» (Смирнов 2004).

Методика лингвистической экспертизы по диффамации.

Экспертиза информационной продукции в рамках ФЗ № 436-ФЗ предполагает анализ как стилистический маркированности (нецензурное/ неприличное/ грубое/ вульгарное), так и коммуникативной функции фраз/ выражений/ слов (добавим - и изображений, хотя это отдельная проблема). Эта проблема разрешается на основе ряда лингвистических концепций и практик. Во-первых, это традиции лексикографического отображения компонентов лексической/ фразеологической семантики, а во-вторых, это наработки новейших направлений коммуникативной лингвистики, включая медиалингвистику и медиасемиотику. Для разных типов речевых преступлений существуют свои методики лингвистической экспертизы: свой комплект типовых вопросов к экспертам, основанный на правовых признаках состава преступления, которым соответствует набор лингвистических показателей, выявляемый экспертизой. Для формирующихся алгоритмов экспертизы потенциальных преступлений против информационной безопасности наиболее близки традиции выполнения диффамационной экспертизы. О них будет рассказано ниже.

Диффамация – это широкий термин, обозначающий несколько преступлений против конституционно закрепленных прав личности. Преступное деяние, характеризующееся как унижение чести, достоинства человека и деловой репутации человека или организации, совершается либо распространением порочащих сведений (это диффамация и клевета, включая ее политизированные варианты), либо характеристикой лица в неприличной форме (это оскорбление, с тем же уточнением).

Согласно Постановлению Пленума Верховного суда РФ от 24.02.2005 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», порочащими являются сведения, «содержащие утверждения о совершении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной или предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики и обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина или юридического лица» («Взгляд» 2005:11).

При этом важен еще один показатель – ложность, несоответствие этих сведений действительности: это «утверждения о фактах или событиях, которые не имели место в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения» (Там же). От порочащих сведений принято отличать позорящие – правдивые сведения о незаконном или безнравственном поведении человека. За их распространение журналистов наказывать не полагается: таким поведением человек сам себя позорит. И если этот человек – высокопоставленная персона, то люди (в их социальных ипостасях населения, электората, граждан) имеют право и должны знать информацию о его слабостях и грехах. Это принципиальная позиция Европейского суда по правам человека: «Возможности для критики государственных должностных лиц по всем вопросам, представляющим общественный интерес, должны быть широкими, даже если сама эта критика облечена в резкую или провокационную форму» (Леонарди 2005:63), к которой присоединилась и отечественная судебная мысль в сфере права СМИ (Рихтер 2009; Федотов 2002). В то же время должны соблюдаться общечеловеческие права на защиту чести, достоинства, деловой репутации и доброго имени граждан, включая высокопоставленных персон. А настоящее время ...

Необходимость соблюдать пропорцию между этими социально-правовыми императивами привела европейских правоведов, к которым затем присоединились отечественные, к различению в конфликтогенных текстах двух форм, приемов подачи сведений. Это ФАКТЫ – верифицируемая информация, которая, оказавшись недостоверной, расценивается как деликт – диффамация. И МНЕНИЯ – информация, отображающая не события, процессы, ситуации, не поступки и действия граждан, а субъективный образ ситуации, картину мира в сознании автора, фрагмент которой отображается в тексте; а потому информация не верифицируемая. Различение фактов и мнений на основании их языковых примет – это основная задача лингвистической экспертизы в диффамационных делах, и это по-настоящему трудная задача.

Еще один квалифицирующий показатель, характерный для уголовных преступлений, в отличие от гражданских, – умышленный характер деяния. Если суду удастся доказать умышленность распространения порочащих сведений, то это состав клеветы (ст. 129 УК РФ); если будет доказано, что такие сведения распространялись без умысла, т.е. что автор или распространитель (политик или журналист) не знал, что сведения ложные, то его действия подпадают под гражданское правонарушение (ст. 152 ГК РФ). Что хуже – неизвестно: с одной стороны, за уголовное преступление полагается наказание вплоть до тюремного заключения; а наличие уголовной судимости ограничивает человека в правах, создает ему дурную славу; но можно получить и условный срок. А с другой – гражданское правонарушение наказывается опубликованием опровержения в тех же рамках и объемах, что и опровергаемые сведения; а кроме того, истец требует с ответчика материальной, т.е. денежной, компенсации морального вреда (как трактуется унижение чести и достоинства) и репутационного ущерба (к чему приводит умаление деловой репутации) – а это может стать для ответчика разорительным. Правда, вредоносные эффекты истец обязан доказать документально (Эрделевский 2007).

В узком смысле слова термином «диффамация» обозначают гражданское правонарушение, которое выражается в распространении, в том числе в массовой коммуникации, порочащих сведений о физическом или юридическом лице (ст. 152 ГК РФ); в широком – дискредитацию, которая толкуется как «агональная коммуникативная стратегия, предназначенная для победы над противником в коммуникативном конфликте и пользующаяся этически недопустимыми средствами» (Иссерс 1999; Кара-Мурза 2009Х). И диффамация, и дискредитация обозначают перлокутивный эффект – разные неблагоприятные психоэмоциональные последствия у двух разных адресатов. Во-первых, это юридизированные психологические состояния истца-отрицательного персонажа текста: унижение чести и достоинства и моральный вред. Во-вторых, это умаление деловой репутации, дискредитация в аудитории, массовой или целевой (в политике это электорат), т.е. наносимый деятелю (политическому или экономическому) репутационный ущерб, например отказ избирателей, среди которых целенаправленно распространялись порочащие сведения о кандидатах, голосовать за дискредитированного политика на выборах.

Однако далеко не каждый контекст, который вызвал у истца гнев или обиду и привел его с заявлением в суд, будет вменен как речевое преступление. Чтобы стать объектом судебного рассмотрения в диффамационном процессе, а потом быть признанным в качестве деликта, инкриминируемый текст должен отвечать ряду содержательных и формальных требований.

Основной содержательный признак диффамации – порочащие сведения. Лингвоправовой признак порочащих сведений раскрывается в лингвистической экспертизе через два комплекса разных, но взаимосвязанных содержательных параметров текста – через противопоставление ФАКТОВ (фактологической информации) и МНЕНИЙ, которые в свою очередь раскрываются через показатель верифицируемости информации и ее оценочный характер.

В основу их разработки в российской юрислингвистике легли исследования Н.Д. Арутюновой, Е.М.Вольф, участников группы «Логический анализ языка», Московской семантической школы. В этих работах показано, что есть правила оформления и восприятия информации, которая автору текста известна как истинная (или он ее выдает за таковую) - тогда она оформляется как ЗНАНИЕ (содержание этого слова здесь максимально близко понятию ФАКТА); или как предположительная, вероятностная – тогда она оформляется как МНЕНИЕ. Воспринимая текст с такими показателями, читатель подсознательно ощущает, истинная это информация или вероятностная (знание или мнение), и соответственно формулирует отношение и выстраивает поведение.

Для **контекстов мнения и знания** существует целый комплекс языковых показателей. Для МНЕНИЯ это вводно-модальные конструкции со значением вероятности, а также сложноподчиненные изъяснительные предложения, главная часть которых представляет собой эксплицитный эпистемический модус и содержит глаголы пропозитивной установки (*думать, полагать* и проч.). В контекстах мнения информация подается автором как субъективное убеждение, которое не обладает параметром истинности. Оно распространяется в текстах разных, преимущественно аналитических жанров и в верификации не нуждается – оно по определению субъективно. По правилам ведения массовой коммуникации оно требует открытого провозглашения своего статуса и отчетливых обоснований правоты говорящего. Однако о мнении не полагается говорить, истинное оно или ложное; оно характеризуется как убедительное или нет, доказанное или недоказанное. А главное - оно не подпадает под статьи о защите чести, достоинства и деловой репутации. И в случае претензий со стороны истца - персонажа, о котором в тексте распространены неблагоприятные сведения, а главное - высказаны критические мнения, журналист может сослаться на свое конституционное право выражать мнение, особенно если оно оформлено лингвистически корректно.

Частной разновидностью мнения является ОЦЕНКА – суждение о каком-либо объекте, явлении действительности или лице, в котором наряду с так называемой дескриптивной (описательной и объективной) информацией содержится квалификативный компонент, в котором проявляется личное отношение автора к объекту речи и\или некоторый оценочный стереотип.

Оценочная шкала поляризована, и ее общие значения – «хорошо» и «плохо». Функциональная семантика оценки - это комплекс, в котором присутствуют субъект и объект оценки, сам оценочный предикат и его основание, поэтому она заведомо субъективна. Согласно юрислингвистическим традициям, оценка является разновидностью мнения и как таковая не нуждается в верификации, т.е. в доказательстве своей истинности. В диффамационных процессах оценочные контексты обычно выводятся из рассмотрения .

Однако, согласно (Вольф 1985) и (Арутюнова 1988), не верифицируема только общая оценка, только общеоценочное суждение. Частнооценочные смыслы вполне поддаются верификации, представляя собой «двухслойный» предикат, где «верхняя» часть – общая оценка («это хорошо\плохо»), а вторым слоем идет указание на конкретную, частную сферу ее формирования. Этот пласт семантики у Арутюновой обозначен как модус оценки. Разнообразие модусов велико, модусы взаимодействуют, но можно выделить несколько базовых. Это истинностный модус (*истина, правда\ложь*), перцептивный (*вкусно\невкусно*) и утилитарный модус (*выгодно\невыгодно*), интеллектуальный (*умный\глупый*), эстетический (*красивый\безобразный*), этический (*добро\благо, приличие\ неприличие*), религиозный (*священный\ профанный, кощунственный*), тимнологический (*важный\неважный*) и др.

Но если оценка личности персонажа выражена неприличным способом, грубопросторечной или обценной лексикой, с привлечением имен одиозных литературных героев или исторических личностей, то такое высказывание

может быть истолковано как другое речевое преступление - оскорбление (ст. 130 УК РФ).

Для контекстов ЗНАНИЯ, сиречь для потенциально порочащей информации, также есть лексическо-грамматические показатели. Первый из них – фактологический характер пропозитивной семантики. В таких контекстах информация подается и, предположительно, воспринимается как объективная истина, т.е. как ФАКТ. Это ключевое понятие ЛЭ с опорой на логико-синтаксическую концепцию (Арутюнова 1988) и исследования (Степанов 1995) анализировалось в книге (Понятие чести и достоинства... 1996\2004:45-64), а затем и в пособии (Язык СМИ как предмет междисциплинарного исследования 2003:...). Фактологичны конкретнореферентные предложения с акциональными, статальными, количественными, некоторыми релятивными предикатами. Иные типы предикатов, на наш взгляд, формируют неверифицируемые высказывания: помимо оценочных, это предикаты эмоционального состояния, умственной или перцептивной деятельности, которые изображают внутренний мир персонажа в традициях беллетристики, а не журналистики. Следовательно, и в опровержении этого рода сведения об истце не нуждаются.

Однако информация тогда становится фактом и воспринимается как истинная, когда подвергается верификации. В конфликтогенных текстах она, поданная в форме знания, инкриминируется как клеветническая или порочащая и подлежит проверке на истинность. Если она распространена в СМИ, то обязанность представить доказательства ее истинности лежит на журналисте (ст. 51 Закона «О СМИ»). А верифицировать ее, в том числе доказать, что она клеветническая (умышленно лживая), должен суд. Задача же лингвистов-экспертов – указать суду на фрагменты текста, которые подлежат верификации и могут быть доказательствами по соответствующим делам, и те, которые верификации не поддаются и поэтому не могут быть вменены как состав какого-либо речевого преступления. При этом они не уполномочены определить, соответствует или не соответствует

действительности информация из текста. Выяснить это - задача только судебных органов.

Согласно правилам лингвистической экспертизы, верификации подлежат контексты, где информация об истце сформулирована в форме утверждения. Этот логико-лингвистический термин доставил много забот как юристам, так и филологам в силу несовпадения значений, релевантных для каждой из этих профессиональных групп. В лингвоэкспертных целях его рассмотрел проф. А.Н. Баранов. В контексте теории речевых актов, где присутствуют близкие этому понятию РА констатив (по Дж. Остину) и репрезентатив (по Дж. Серлю), он определил, что утверждение – это «вербально передаваемая кому-л. информацию о том, что из нескольких возможностей имеет место некоторая одна, причем говорящий в той или иной степени берет на себя ответственность за сообщаемое, а сама информация передается в грамматической форме повествовательного предложения, допускающего истинностную оценку (верификацию), которое реализуется в различных синтаксических позициях (и в функции простого предложения, и в составе сложного) со сказуемым в индикативе и не соотносится в явной форме с субъективными представлениями говорящего о действительности» (Баранов 2007:32). Но ученый дополнил инструментарий понятием «скрытого утверждения» и тем самым пренебрег, как представляется, важным отличительным моментом понятия порочащие сведения.

Это пункт – эксплицитность информации при обвинении в диффамации. Здесь надо учитывать оба основных компонента синтаксической семантики - пропозитивный и иллокутивный. Верификации подлежит только явная пропозитивная информация, а не инференции, не выводы обиженного истца и не намеки как особая когнитивно-риторическая стратегия автора, когда желаемые выводы закладываются, имплицитно им самим (Баранов 2007:XX). Кроме того, согласно распространенному лингвоэкспертному мнению, не подлежат верификации косвенные речевые акты, т.е. косвенные иллокуции. И здесь встает серьезный теоретический

вопрос о распознаваемости и искренности, верифицируемости иллокутивной семантики, который ЛЭ ставит в сугубо практической плоскости. В то же время в ряде лингвоэкспертных публикаций риторические вопросы проходили как «косвенные» или «скрытые» утверждения (см. выше!), причем эксперты опирались на определения риторического вопроса в терминологических словарях О.С.Ахмановой, Д.Э.Розенталя и М.В.Теленковой.

Что же до того, как понимать форму утверждения в рамках ЛЭ, то думается, что это локализация инкриминируемого слова\выражения в сказуемом, выполнение этим словом предикативной функции, т.е. явная словесная форма. Тогда как скрытая словесная форма соотносится со словами в группе подлежащего или с второстепенными членами предложения. Это информация в неутверждаемой форме; по традиции, она не верифицируема, а значит, и не инкриминируема: такой контекст не может проходить по делу, он «отмечается».

Проанализируем конкретный пример. На факультет журналистики МГУ поступил запрос от генерального директора ОАО «Х» г. Ж-ска Кузнецова Л.М. с просьбой провести лингвистическую экспертизу текста телесюжета, который прошел в мае 2008 г. в эфире СМИ «ХХ» в информационной программе «ХХХ», на предмет содержания в этом тексте утверждений, ущемляющих честь и достоинство Иванова Б.В., а также порочащих его деловую репутацию.. Ответ подготовлен Кара-Мурзой Е.С., доцентом кафедры стилистики русского языка, к. филол.наук, действительным членом ГЛЭДИС.

Перед экспертом поставлены вопросы:

- 1.Содержатся ли в тексте фразы и выражения, содержащие сведения о противозаконной, неэтичной или аморальной деятельности истца Б.В.Иванова, или в них распространена информация иного типа?
- 2.Выражены ли они в форме утверждения (знания) или в какой-то иной?

3. Подлежат ли вследствие этого верификации (проверке на истинность) и могут ли быть объектом рассмотрения по данному делу или нет?

Прежде чем ответить на конкретные вопросы, надо охарактеризовать текст в целом. Он представляет собой тематически определенный и структурно завершенный блок новостной программы «XXX», состоящий из подводки (вступления) ведущей Ю.Т-вой и сюжета, в котором два действующих лица: депутат А.Г-н рассказывает о своем расследовании нарушения Закона «О муниципальной службе» в мэрии Ж-ска и о своем повторном обращении в городскую прокуратуру по поводу предпринимательской деятельности заместителя главы города Ж-ска по финансам Иванова Б.В. - истца. А журналистка Т.Д-ва комментирует эту ситуацию.

Подводка, прочитанная ведущей, содержит муниципальную новость: «Закон о муниципальной службе по-прежнему продолжают нарушать в железногорской администрации. (...) всплывают все новые и новые любопытные подробности трудовых биографий заместителей всенародно избранного мэра Ж-ска». Эта тема раскрывается на примере деятельности заместителя главы города Ж-ска по финансам Иванова Б.В, который является главным отрицательным персонажем сюжета. Подвергается критике за бездействие (неисполнение предписаний прокурора) и еще один персонаж, глава города Г.Б-в: «Во всяком случае, ни общественности, ни депутатам ничего не известно о том, как выполняет глава города Г.Б-в (да и выполняет ли?) предписание прокурора Ж-ска об устранении нарушений законодательства, вынесенное больше месяца тому назад». При этом критика мэра выполнена в форме намека, «в щадящем режиме», поэтому не может рассматриваться как какое бы то ни было речевое преступление.

Новостной повод сюжета обнаруживается в словах депутата А.Г-на – это его запрос в краевую прокуратуру на основании «*документов, полученных 18 мая*», - учредительных документов ООО «Х-Инвест»». С точки зрения методов получения информации данный телесюжет может быть

определен как расследовательский: ведущая сказала, что *всплывают новые подробности трудовых биографий заместителей мэра Ж-ска*, об учредительных документах ООО «Х-Инвест» говорится, что они депутатом А.Г-м *были получены, попали к нему в руки*. Сменяющие друг друга в кадре корреспондент Т.Д-ва и депутат А.Г-н оценивают их как *удивительные* (т.е. не соответствующие ожиданиям, нормам – из контекста понятно, что это законодательные нормы) и объясняют эту оценку тем, что одним из учредителей этого ООО был истец Б.В.Иванов. А. Г-ну *«сообщили также, что господин Иванов был причастен к бизнесу в нескольких предприятиях – он был учредителем»*.

Проблема сюжета – предпринимательская деятельность чиновника мэрии вопреки тому, что она запрещена Законом «О муниципальной службе»; точнее - продолжение такой деятельности, хотя городской прокурор уже передал мэру предписание об устранении нарушений законодательства. Здесь выявляется конфликт интересов на муниципальном уровне. Журналистка Т. Д-ва видит его в том, что высокопоставленный чиновник Иванов, участвующий в бизнесе, несмотря на законодательный запрет, не выполняет должным образом свои профессиональные обязанности, свою работу по обеспечению городского бюджета. Эту мысль она формулирует не «в лоб», не в форме утверждения, а намеком (главный городской финансист не имеет *«ни сил, ни времени» «на основную деятельность»*).

Правовая основа журналистских обличений и главный аргумент в пользу общественной важности самой темы и проблемы – ст. 11 этого Закона, которая запрещает чиновникам заниматься предпринимательской деятельностью. Кульминация сюжета - фраза корреспондентки Т. Д-вой, где она цитирует эту законодательную норму. А главным доказательством в разоблачении и критике Б.В. Иванова как чиновника стали документы и сведения о его бизнес-проектах, полученные депутатом А.Г-м и известные журналистам. О них депутат в данном сюжете сообщает не только массовой аудитории, но и – что очень важно – аудитории институциональной,

государственному органу – местной прокуратуре. Ж-ская прокуратура и прокурор Ж-ска С. являются одновременно и персонажами журналистского текста, и его косвенными адресатами. В своей третьей реплике депутат делает прогноз из полученных им сведений о причастности Б.В.Иванова к бизнесу: «Поэтому прокуратура, я думаю, что все эти факты проверит и сделает свои соответствующие выводы, ну, по чиновнику, который работает у нас в администрации». Эту формулировку можно истолковать как еще один запрос депутата (косвенный, так как прозвучал в теленовости как предположение депутата, и публичный, так как сделан через телевыступление, в прокуратуру как орган судебной власти. А журналистка, в последней реплике подводя итоги сюжета, также апеллирует к прокуратуре как к некоему «интервьюеру», которому удастся получить информацию от чиновника: «Спросить же самого Иванова ни про бюджет, ни про его предпринимательскую деятельность опять не получилось. Чиновник находится в очередной московской командировке. Вся надежда – на прокуратуру». С помощью метафоры (властная инстанция предстает в роли журналиста) корреспондент объединяет разные социальные институты в общем поиске истины, что помогает интерпретировать целеустановку журналистов в телесюжете.

Целеустановка – это содержательный аспект текста, означающий конечные цели текста, то интеллектуальное и эмоциональное воздействие, которое журналисты хотят оказать на массовую аудиторию, а также те «оргвыводы», к которым журналисты подводят своих институциональных адресатов. Данная телевизионная новость рассчитана не только на то, чтобы проинформировать телезрителей о важном для горожан положении дел в мэрии, но и на то, чтобы активизировать инстанции: прокуратуру, куда депутатом А.Г-м были направлены два запроса относительно предпринимательской активности чиновника Б.В.Иванова, и мэрию, чтобы она соблюдала законы и выполняла судебные предписания. Сюжет ориентирован на законодательные нормы, основан на депутатском

расследовании, которое поддержано городским телевидением, и имеет воспитательное значение для аудитории с точки зрения уважения к законности и защиты интересов населения. Отметим мастерство, с которым журналисты раскрывают непростую тему, очевидно осознавая меру профессиональной ответственности. Нигде авторы не дают оценку деятельности истца Б.В.Иванова, предоставляя сформулировать ее судебной инстанции. Авторы прибегают к мягким, эвфемистическим формулировкам фактологии, которые должны обеспечить понимание аудиторией концепции сюжета без нарушения журналистами законодательных ограничений на распространение ненадлежащей информации.

На следующей стадии лингвист-эксперт анализирует все фразы с упоминанием истца Б.В.Иванова, Покажем на трёх из них алгоритмы анализа в диффамационных процессах.

1) Удивительное в следующем: «Х-Инвест» был организован 29 марта 2007 года. И одним из его учредителей был Иванов Б.В. – наш заместитель главы по финансам.

Этот первый фрагмент текста, в котором говорится об истце Б.В. Иванове, представляет собой реплику-подхват депутата А.Г-на, композиционно связанную с предыдущей репликой журналистки Т.Д-вой отношения пояснения к оценочному высказыванию («Ж. Сам Г-н иначе как удивительными их \учредительные документы\ не называет. – Депутат. Удивительное в следующем: «Х-Инвест» был организован 29 марта 2007 года. И одним из его учредителей был Иванов Б.В. – наш заместитель главы по финансам.»).

С точки зрения структуры эта реплика депутата представляет собой ССЦ (сложное синтаксическое целое) из 2 предложений и делится на две неравные части: сначала автор подхватывает оценку документов, сформулированную журналисткой Т.Д-вой: «Удивительное в следующем», а далее раскрывает эту оценку: ««Х-Инвест» был организован 29 марта 2007

года. И одним из его учредителей был Иванов Б.В. – наш заместитель главы по финансам».

Информация об истце содержится в форме утверждения: кем является Б.В.Иванов - одним из учредителей ООО «Х-Инвест». Эта информация воспринимается на фоне уже прозвучавшего в подводке сообщения о том, что в железногорской администрации продолжается нарушение закона «О муниципальной службе», о том, что появляются («всплывают», по словам ведущей Ю.Т-вой) «любопытные подробности трудовых биографий заместителей всенародно избранного мэра», и намек на то, что глава города Г. Б-в не выполняет «предписание прокурора Ж-ска об устранении нарушений законодательства, вынесенное больше месяца назад». А также в контексте предыдущей реплики корреспондента Т.Д-вой, что учредительные документы ООО «Х-Инвест» депутат А.Г-н считает *удивительными*, не соответствующими ожиданиям. С учетом фоновых знаний жителей Ж-ска, информация в реплике А.Г-на имплицитно негативная: подразумевается, что Б.В. Иванов как чиновник городской администрации участвует в бизнес-проекте незаконно.

Подразумевание, импликация представляет собой одну из универсальных форм мышления - выведение нового истинного знания из определенной конфигурации исходных данных, называемых посылками, в силлогистических формах, например в форме условно-категорического суждения, в том числе сокращенной (энтимематической). Логика рассуждений всех участников данного сюжета основывается на норме закона - на запрещении муниципальным чиновникам заниматься каким-либо бизнесом как лично, так и через доверенных лиц. Большая посылка условно-категорического суждения реконструируется так: «Если муниципальный чиновник занимается бизнесом, значит, он нарушает закон». Средняя посылка – это верифицируемое фактологическое суждение: «Чиновник Х занимается бизнесом», причем сведения в нем можно конкретизировать: какую именно должность занимает чиновник, как именно он занимается

бизнесом: учреждает фирмы или еще что-либо предпринимает. Следствие из такой логической конструкции выводится человеком автоматически, принудительно и считается аналитически истинным, неоспоримым: «Следовательно, чиновник X нарушает закон». И если сложное синтаксическое целое ««X-Инвест» был организован 29 марта 2007 года. И одним из его учредителей был Иванов Б.В. – наш заместитель главы по финансам»» соответствует действительности, то корректное следствие из нее - «Иванов Б.В. нарушает закон», с высокой степенью вероятности выводимое телеаудиторией. Но в явной словесной форме этот вывод в спорном тексте отсутствует, так что реконструированная фраза не может быть предметом иска.

Однако фраза депутата А.Г-на «одним из его (X-Инвеста) учредителей был Иванов Б.В. – наш заместитель главы по финансам» потенциально порочащая, поскольку сформулирована в утвердительной форме; по своей лингвистической форме она способна подвергаться верификации. Вопрос в том, является ли она истинной или ложной; бремя доказывания этого лежит на журналистах. Если окажется, что в телепередаче содержатся правдивые сведения о нарушении чиновником закона, то их разоблачительная сила не может считаться порочащей (то есть очерняющей невинного, честного человека), а журналистов нельзя признать виновными в распространении порочащих сведений: они выполняют свой профессиональный долг по информированию своей аудитории (в данном случае - жителей города Ж-ска) о таком важном явлении, как законное или незаконное поведение чиновников. Если же информация о том, что Б.В.Иванов является одним из учредителей ООО «X-Инвест», окажется ложной, если журналисты не сумеют привести доказательства ее истинности, значит, она порочащая, а журналисты виновны в диффамации.

4) 11-я статья федерального закона «О муниципальной службе» запрещает чиновникам заниматься предпринимательской деятельностью – как лично, так и через доверенных лиц. Об этом в своем апрельском

обращении в прокуратуру писал Г-н. На это указал прокурор Ж-ска С. в своем предписании на имя мэра ЗАТО, требуя в месячный срок устранить нарушения и наказать виновных. Тогда речь шла о том, что Иванов является учредителем ж-ского ООО «Квадрат». Реакция мэра до сих пор неизвестна. Зато известно, что и в Новосибирске, и в Красноярске, и в Березовском районе, и в Барнауле главный городской финансист имеет свои интересы. Широта и размах, безусловно, впечатляют. И вполне можно понять, что на основную деятельность главному городскому финансисту просто не остается ни сил, ни времени. Иначе как еще объяснить уменьшение федеральных дотаций вдвое?

В этой большой реплике корреспондента Т.Д-вой содержится 4 порции информации об истце Иванове. Выявим ее пропозитивную, коммуникативную и композиционную структуру.

С точки зрения телевизионной драматургии, она представляет собой кульминацию сюжета. Именно в ней, с одной стороны, формулируется главный аргумент, позволяющий интерпретировать предпринимательскую деятельность истца Б.В.Иванова как незаконную: пересказывается ст. 11 ФЗ «О муниципальной службе», которая запрещает чиновникам заниматься любым предпринимательством. А с другой – в ней сопрягается проблема нарушения истцом Б.В.Ивановым закона «О муниципальной службе» с неблагоприятной ситуацией в городском бюджете – недофинансированием, *«уменьшением федеральных дотаций вдвое»*. Журналистка логически объясняет его через выводное суждение о том, что *«на основную деятельность главному городскому финансисту просто не остается ни сил, ни времени»*, и, таким образом, поднимает конфликт, связанный с истцом, на новый уровень, увязывает его с общегородскими интересами, показывая прикладное значение несоблюдения законов – негативные последствия для жизнеобеспечения города.

Первая порция информации в реплике корреспондента Т.Д-вой об истце Иванове появляется в связи с обращением в прокуратуру депутата Г-на

и предписанием прокурора С. Фактической основой для обоих этих документов было то, как говорит журналистка, «что Иванов является учредителем ж-ского ООО «Квадрат». Информация сформулирована в форме утверждения и верифицируема. По содержанию она потенциально порочащая, так как говорит о противоправной ситуации – о том, что чиновник является учредителем ООО, и подлежит проверке юридическими методами.

Следующая порция информации об истце Иванове также носит фактологический характер и выражена как утверждение; в диффамационном процессе это означает, что авторы сюжета должны представить доказательства. Информация о противоправном поведении истца дана как эвфемистический перифраз. Устойчивое выражение «иметь свои интересы» носит устарелый стилистический характер: значения «прибыль, выгода» у слова «интерес» в малом академическом «Словаре русского языка» (М. Т.1, 1985) дается под пунктом 3 со стилистической пометой «разг. устар.», а «польза, смысл» - как разговорное. Сейчас «иметь интересы» означает «быть заинтересованным в какой-либо ситуации с практической точки зрения (финансово или политически)», «иметь дело, бизнес», «иметь долю в бизнесе».

Третья порция информации носит обобщенно-оценочный характер и выражена предложением, простым по формальной структуре, но сложным, полипропозитивным по семантической структуре, выражающей каузальные отношения двух ситуаций. «Широта и размах, безусловно, впечатляют» - в это простое предложение «упакована» информация о причинной зависимости *впечатлений*, полученных неназванными субъектами чувств (по контексту понятно, что журналистами) от масштаба (*размаха и широты*) деятельности неназванного субъекта (по контексту понятно, что это истец Иванов), т.е. от того, как широко, «размашисто» действует «главный городской финансист Ж-ска». При этом количественная оценка деятельности истца Иванова, которая в стандартных контекстах имеет

позитивное значение (*размах* и *широта* – это хорошие качества: так характеризуют русского человека, русское государство, когда хотят похвалить), в реплике журналистки Т.Д-вой приобретает ироническое звучание: если масштабная предпринимательская деятельность противозаконна, то вряд ли ее стоит оценивать положительно. Но переносные значения, к каковым относится и ирония как перенос по оценочному параметру значения, не могут быть верифицированы, так как они отражают субъективную картину мира автора, а поэтому не могут быть и объектами правовой интерпретации. Кроме того, поскольку в этой фразе истец Иванов не упомянут (хотя и подразумеваем), эта фраза не подпадает под действие ст.152 ГК РФ.

Наконец, четвертый отрывок, в котором истец Иванов упомянут как *«главный городской финансист»*, представляет собой последнее ССЦ в этой реплике, тесно связанное с предыдущим: «И вполне можно понять, что на основную деятельность главному городскому финансисту просто не остается ни сил, ни времени. Иначе как еще объяснить уменьшение федеральных дотаций вдвое?» Истец здесь обозначен как «главный городской финансист». Композиционно это концовка третьей реплики корреспондента Т.Д-вой. Эффектная за счет четкой структуры рассуждения и небанальных выводов, она призвана обеспечить риторическое воздействие. Познавательная функция этого фрагмента – вывести обсуждение предпринимательской деятельности истца на новый уровень: последствия его бизнес-активности (на основную деятельность главному городскому финансисту просто не остается ни сил, ни времени) представлены аудитории как причина неблагоприятной ситуации в городском бюджете: «Иначе как еще объяснить уменьшение федеральных дотаций вдвое?» Основываясь на всей информации о предпринимательской деятельности истца Иванова, корреспондент формулирует выводное суждение как ТЕЗИС «на основную деятельность главному городскому финансисту просто не остается ни сил, ни времени», основным АРГУМЕНТОМ в пользу которого являются фактические данные,

приведенные в номинализованном виде: уменьшение федеральных дотаций вдвое. Логически это следствие из предыдущих сведений и оценочных суждений и дополнительное обоснование тезиса: «Широта и размах, безусловно, впечатляют. И вполне можно понять, что... Иначе как еще объяснить...?» При этом логика аргументирования риторически преобразована: вместо однозначных логических союзов суждения связываются конструкциями, фиксирующими процесс рассуждения, а вместо однозначных утверждений используются перифразы и риторические вопросы. Эти лингвистические приметы говорят о том, что этот фрагмент представляет собой форму МНЕНИЯ. Главные его приметы в этом контексте – 1) опорные глаголы умственной деятельности и восприятия (впечатлять, понять, объяснить), через которые подается информация; и 2) самый характер информации – не фактологический, а аналитический; и 3) перифрастическая, описательная форма ее подачи. Согласно международным и отечественным толкованиям прав человека, в том числе права выражать свое мнение, особенно когда оно выражается в соответствии с журналистским профессиональным долгом, контексты МНЕНИЯ не подлежат верификации и опровержению. Они оспариваются в ходе свободной полемики. Таким образом, этот фрагмент телетекста не может являться основанием для иска.

Наконец, последняя в сюжете реплика, произнесенная корреспондентом Д-вой, тоже говорит об истце Иванове. Она представляет собой ССЦ из 3-х предложений и содержит в форме утверждения сведения об истце: «Спросить же самого Иванова ни про бюджет, ни про его предпринимательскую деятельность опять не получилось. Чиновник находится в очередной московской командировке. Вся надежда – на прокуратуру».

Говорят ли эти сведения о нарушениях закона, деловой этики, моральных норм? Нет. В явной словесной форме в первых двух фразах сказано о неуспехе получения информации от истца Иванова и о причине этого - московской командировке чиновника. Негативный эмоциональный

подтекст этого фрагмента на фоне сюжета - сожаление о невозможности получения информации, выраженное одним из авторов в словосочетании «*опять не получилось*». В последней фразе апелляция журналистки к прокуратуре не просто «закольцовывает» сюжет (это третье появление темы прокуратуры), но недвусмысленно намекает на то, что прокуратура снова займется делами истца Иванова: *Вся надежда – на прокуратуру*. Но языковая форма этой фразы – НАМЕК - не дает оснований для того, чтобы ее рассматривать как содержащую конкретную негативную информацию о нарушениях законности, деловых или моральных норм. Намек как прием вообще предназначен не для распространения сведений, а для развития мыслей аудитории в некотором направлении, которое он задает словесно выраженной информацией. Но это не влияет на правовой статус фрагмента текста: как намек, он неподсуден.

Чтобы исключить возможность возбуждения иска об оскорблении, эксперт в рамках своей компетенции указал, что авторы высказывали сведения и мнения об истце Иванове в соответствии с требованиями норм литературного языка, не допустив вульгарных или бранных выражений; т.е. что данный текст не содержал языковых примет речевого преступления оскорбление.

Оскорбление. Этот речевой деликт тоже связан с диффамацией и клеветой – через свой перлокутивный эффект, который указан в законе как состав преступления: «унижение чести и достоинства личности в неприличной форме». Поэтому журналисты в судебных заметках часто не различают их. Разница же в том, что при оскорблении этот эффект возникает не вследствие распространения порочащих сведений, а из-за того, что в адрес человека высказывается негативная оценка в неприличной форме, рассчитанная на шоковый психологический эффект - оскорбление. Оскорбительные высказывания в политической коммуникации, к сожалению, традиционны.

В терминах теории речевых актов как коммуникативной парадигмы, опосредующей юридическую и лингвистическую терминосистемы, высказывание, инкриминированное истцом как оскорбление, анализируется как особый тип речевого акта с комплексной иллокутивной функцией – экспрессивной и эвалюативной. Об этом много писали ученые разных лингвоэкспертных школ (Баранов 2007:Х; Галяшина, Горбаневский, Стернин 2005:24-39; Саржина 2007:257-267, Чернышова 2009:). Была выявлена особая функция языка\речи – ИНВЕКТИВНАЯ, значимая своим правовым измерением (Голев 20XX). Тот, кто наносит оскорбление, обозначается термином инвектор; оскорбленный обозначается как инвектум, а бранная, ругательная фраза – это инвектива. Коммуникативный феномен брани и оскорбления (изучаемый также под метафорическим именем вербальной=словесной агрессии) был проблематизирован в работах проф. В.И.Жельвиса; в его трудах понятие сквернословия обрело социолингвистический и психолингвистический статус (Жельвис 1992). Он определил инвективу как «такой способ осуществления вербальной агрессии, который воспринимается в данной семиотической (под)группе как резкий или табуированный. В несколько ином ракурсе инвективой можно назвать вербальное (словесное) нарушение этического табу, осуществленное неcodифицированными (запрещенными) средствами» (Жельвис 2000:225).

Понятие «неприличной формы» было конкретизировано в списке ИНВЕКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (Понятия чести, достоинства 2004:9-116). Отметим шкалированность оскорбительной силы выражений пропорционально их этической неприемлемости. Список возглавляет обценная, табуированная лексика (как принято в современной лингвистике называть матерщину); при этом учитывается и возможность не бранного, а междометного ее употребления; оно числится по разряду административных правонарушений. Далее идут зооморфные метафоры (*козел, петух, свинья, гад и гадина*); слова, в основе семантики которых резко негативная этическая оценка (*негодяй, мерзавец, двурушник*); «социоморфные» метафоры (*пахан,*

палач, мясник, барин, барыня); слова, обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность (бандит, мошенник, проститутка); эвфемизмы к этой группе (киллер, путана, «интердевочка»). Группа слов, к которой носители языка проявляют особую чувствительность, – каламбурные окказионализмы, выражающие негативную оценку политического противника: коммуняки, дерьмократы, ельциноиды. Они изначально направлены на дискредитацию объекта номинации в глазах его сторонников или, что реальнее в соответствии с логикой политической борьбы, на поношение, на его умаление в глазах его заведомых оппонентов, а также на унижение и оскорбление объекта пейоративной номинации в качестве адресата полемики. К инвективной лексике исследователи относят и глаголы осуждающей семантики (воровать, врать), в том числе стилистически маркированные (ср. украсть VS хапнуть, спереть).

Проанализируем пример. В 2007 г. губернатор Владимирской области Н.В.В-в обратился в прокуратуру, милицию и в ФСБ, требуя привлечь за клевету пятерых участников форума в разделе «СМИ и политика» на форуме сайта Kovrov.ru, в теме о якобы готовящемся убийстве главы города Коврова И. Т-вой. В заявлении губернатора было сказано, что ряд сообщений на Kovrov.ru «порочит его честь и достоинство, дискредитирует органы власти в целом». Свидетельница Л.Петрова, председатель Ковровского городского совета народных депутатов, читая сайт, сделала выводы: «на ковровском форуме стали публиковаться тексты, порочащие честь и достоинство В-ва Н.В. как руководителя одного из крупнейших регионов страны в целях его дискредитации и подрыва авторитета среди населения области» (статья «Контроль контента» - Webplanet.ru/news/law/2006/12/06/kovrov.html).

Инкриминировавшиеся фразы (правописание оригинала):

1)Эта тварь называющаяся губернатором, на все способна; 2)Эта сучара почти десять лет мурыжит всю область; 3)Да эта скотина в комсомольскую бытность девочек нужным человечкам поставляла.

Дело по ст. 130.2 (публичное оскорбление) и ст. 319 УК РФ (оскорбление представителя власти при исполнении им служебных обязанностей) возбудили против пользователя под ником «Myshkin», которого идентифицировали как Дмитрия Ташлыкова, внештатного корреспондента газеты «Владимирский край». Он был приговорен к штрафу в 10 тыс. руб., но виновным себя не признал: якобы не он писал под данным ником. Были проведены лингвистические экспертизы. Первая – Нижегородским экспертно-криминалистическим центром МВД. Она фактически оправдывала пользователя, так как указывала, что каждый интернет-форум имеет собственные правила общения и что в высказываниях пользователя «Myshkin» нет прямого указания на действия губернатора. Экспертиза из ИРЯ РАН указала: «Сообщение содержит неприличную с точки зрения языковой формы и резко негативную по отношению к В-ву Н.В. номинацию «сучара», которая публично унижает честь и достоинство представителя власти» (статья «Следите за базаром», <http://youngpeople.ucoz.ru/news.2008.01/15-5>). В обвинительном заключении сказано: текст «причинил В-ву Н.В. моральный вред, нравственные страдания, вызванные действием, посягающим на честь и достоинство личности. (...) высказывания способны подорвать авторитет представителя власти».

Оскорбительную силу негативнооценочное слово или прецедентное имя приобретает в контексте, завися и от особенностей индивидуального или группового восприятия. Проблематично, например, причислять к одиозным имя Сталина или Гитлера: у них до сих пор много сторонников. Матерщина тоже не универсальное оскорбительное средство: она используется не только как брань, адресованная собеседнику, но и как манера строить фразы или как междометие; и тогда ее следует рассматривать как хулиганство, за которое полагается административная ответственность.

Особая проблема связана с употреблением слов типа «бандит» или «проститутка», имеющих помимо негативнооценочной прагматической

семы определенное денотативное значение: они не только дают обобщенную характеристику личности, но и обозначают противоправный род занятий. Поэтому они могут быть инкриминированы и как клевета (если речь идет об образе жизни персонажа), и как его оскорбление (если в контексте слово употребляется как образно-переносная оценка, как в советском политическом дискурсе: «*Эта политическая проститутка Троцкий...*»).

Но настоящее оскорбление в адрес персонажа в собственно журналистском тексте встречается редко. Во-первых, характеристика, даже резкая, эпатажная, здесь нечасто выходит за рамки приличий; во-вторых, она дается персонажу заочно, что снимает такой показатель оскорбления, как адресованность. В-третьих, публицист, как правило, не имеет умысла на оскорбление: он не намерен психологически задеть персонажа, его интенция иная: он критикует политика и пытается его вразумить или разоблачает в глазах аудитории.

Представители юридической и журналистской общественности уже давно говорят о декриминализации оскорбления, т.е. о выведении его за пределы Уголовного кодекса. Но пока этого не случилось, угроза привлечения по уголовной статье остается средством «окорачивания» критически настроенных журналистов.

Заключение

Область масс медиа, включающая и журналистику, и политический дискурс, характеризуется высокой конфликтностью. Коммуникативный конфликт в острой фазе, демонстрирующий нарушение не только постулатов общения, но и правовых норм, характеризуется как речевое преступление. Преступления этого типа совершаются в нематериальной области смыслов, сущностное свойство которых - множественность интерпретаций. Учитывать это важно в тех случаях, когда истцами выступают высокопоставленные люди, а движут ими недобросовестные мотивы - наказать журналиста-разоблачителя или вытеснить соперника из политики или бизнеса. При таких обстоятельствах способом установить истину и не допустить неправосудного

решения предстает судебная лингвистическая экспертиза как метод интерпретации спорного текста.

Лингвистическая экспертиза обнаруживает важное свойство политического дискурса, не выявляемое в других направлениях, - его подсудность, т.е. регуляцию содержательных и организационных аспектов политической коммуникации и воплощающих ее текстов посредством законо-дательных актов и деонтологических кодексов. ЛЭ наглядно демонстрирует высшие уровни дискурсивной регуляции в действии. Через нее обнаруживается взаимосвязь 1)политики как деятельностной области, 2)массовой коммуникации как преимущественного носителя политического дискурса, 3)журналистики как вовлеченного «медиума» и интерпретатора, информационного посредника между политическим классом и электоратом, между ветвями власти и гражданским обществом, и 4)права - источника юридической оценки. На его основании формируется представление о речевых преступлениях в политике.

Каждый тип речевого преступления характеризуется своими признаками, которые зафиксированы в законах и комментариях к ним и выявляются в судебном расследовании. Если же судьи или стороны процесса затрудняются вынести решение, то они прибегают к помощи лингвогерменевтов, и тогда оказывается востребованной процедура лингвистической экспертизы, обладающая собственной – юрислингвистической - парадигмой показателей речевых преступлений. Таким образом, язык СМИ получает новую – правовую – систему описания и оценки, а его критика, в дополнение к языковым и коммуникативным нормам, исходит из норм законодательных.

Новая оценка языка СМИ очень значима и для теоретических исследований медиадискурса, и для прикладных работ экспертного характера, и для вузовского медиаобразования. Она создает надежную основу для формирования профессиональной культуры речи российских медиарботников, дополняя традиционные критерии оценки текстов:

функционально-стилистический и жанрово-дискурсивный – критерием лингвоправовым.

16.1.4. Особенности проведения экспертизы информационной продукции, распространяемой в сети Интернет

Телекоммуникационная сеть интернет позволяет размещение информационных материалов различного формата, как дублирующих форматы других СМИ, так и уникальных для Интернета.

К материалам, дублирующим форматы других СМИ можно отнести видео, распространяемое чрез Интернет, аудио-подкасты и интернет-радио, текстовые периодические издания, сайты и порталы.

К уникальным для сети Интернет форматам информационных продуктов относятся социальные сети, блоги, форумы и компьютерные игры.

К информационным продуктам, распространяемым в сети интернет, дублирующим форматы других СМИ могут быть применены те же методы и формы экспертизы, что и к материалам соответствующих СМИ – телевидению, радио и печатной продукции.

Для уникальных форматов информационных продуктов, распространяемых в сети Интернет, при построении методики экспертизы требуется учет особенностей этих продуктов.

В частности:

1. Для площадок интернет-коммуникации (социальных сетей, блогов, форумов) необходимо учитывать, что весь контент создается пользователями таких площадок, не являющимися профессиональными журналистами или писателями, и является своеобразной заменой живому устному общению людей. Это накладывает отпечаток на стиль речи, эмоциональность формулировок и другие параметры текста. С точки зрения других пользователей, размещенные в блогах и социальных сетях тексты воспринимаются скорее как частное высказывание конкретного человека. Кроме того, опубликованный там текст воспринимается вместе с реакцией и

ответами на него других людей, поэтому для вынесения решения эксперту необходимо оценивать не только конкретный текст, но и комментарии к нему других пользователей.

2. Для компьютерных игр необходимо учитывать интерактивный характер игры, резко отличающий этот вид информационного контента от всех остальных. К тому же для ознакомления с контентом компьютерной игры полностью эксперту необходимо обладать хотя бы минимальными игровыми навыками, чтобы собственно играть в эту игру, поскольку оценка игрового контента с внешней точки зрения – по описаниям и скриншотам может привести к грубым ошибкам.

Экспертиза информационной продукции представляет собой особый процесс по своей значимости, ибо она, как многие виды экспертиз, зачастую влечет за собой юридические последствия, но при этом ввиду специфики объекта экспертизы имеет дополнительные и весьма серьезные сложности. В отличие от экспертизы материальных предметов, экспертиза информационной продукции имеет сложность в полисубъективности восприятия информационного продукта. Объектом информационной продукции также де-факто является и эксперт, осуществляющий экспертизу. Задачей эксперта является максимально объективная оценка информационной продукции, при этом он, как объект информационной продукции, оценивает информационный продукт по своему внутреннему убеждению, то есть на основе своих собственных ценностных ориентиров, невольно проецируя на оценку информационного продукта свое собственное его восприятие – действуя при этом на основе тех или иных общепризнанных и утвержденных методологий и методов. Присутствующий в подобных экспертизах неизбежный конфликт субъективности и объективности ставит перед экспертом, проводящим экспертизу информационной продукции, особую ответственность за последствия своего решения.

Общепризнанным требованием любой экспертизы, имеющей юридические последствия, является общепризнанность ее методологии и методов в соответствующем научном сообществе, которая выражается в ее кодификации, признании всеми основными научными школами в рамках определенной дисциплины, и последующем юридическом утверждении к применению в определенных случаях, если это необходимо (к примеру, при проведении экспертно-криминалистических исследований). Экспертиза информационной продукции или какая-либо иная экспертиза не может быть основана на методологии, которая еще окончательно не сформирована, либо является экспериментальной сама по себе, либо является признанной в рамках некоей отдельной научной школы и не воспринимается как допустимая большинством других значимых научных школ.

Это и ряд других факторов ставит под серьезный вопрос допустимость так называемой «комплексной гуманитарной экспертизы». Как указывает А.Войскунский, «структура и содержание заключения данной (Войскунский, 2013) экспертизы не является четко определенными и фиксированными в законодательных документах, в профессиональных кодексах или даже в традиционных процедурах выполнения такого рода работы. В этом плане данное экспертное заключение отлично от кодифицированных в достаточной степени и потому принятых профессиональными сообществами экспертных заключений. Содержание и структура «комплексной гуманитарной экспертизы» (КГЭ) претерпевает в настоящее время становление (Леонтьев, Иванченко, 2008).» Эти же упомянутые А.Войскунским авторы прямо указывают, что «Практика экспертиз подобного рода не опирается в настоящее время на какую-либо отчетливо сформулированную методологию». При этом А.Войскунский отмечает, что «Проведение комплексной гуманитарной экспертизы не основывается на владении экспертом или экспертами конкретной заранее оговоренной методологией (...), скорее она основывается на широком кругозоре членов экспертной группы и их способности к междисциплинарной интеграции вместе с

готовностью осуществлять такую интеграцию как наиболее соответствующую специфике гуманитарного знания.»

Так называемая «комплексная гуманитарная экспертиза», по мнению научного сообщества, подменяет однозначный вывод эксперта, который ожидается от экспертизы для принятия юридически значимого (например, процессуального) решения, чистым предположением эксперта или экспертов, которое основывается на его (их) «кругозоре». В частности, прямо указывается, что «При этом следует быть готовыми к тому, что экспертное заключение будет носить не однозначно констатирующий, а скорее **вероятностный и принципиально неоднозначный** характер, поскольку основывается на **попытке предвидения** поведения людей – как отдельных индивидуумов, так и малых или больших социальных групп.» (Войсунский, 2013). Таким образом, по мнению Джадана, «относительная и описательная истина (*коей по сути и оказывается заключение данной «экспертизы» - Парфентьев*) превращается в их (*экспертов – Парфентьев*) сознании в абсолютную и предписательную» (Джадан, 2009). Как следует из вышеизложенного, при проведении подобной «экспертизы» велика вероятность того, что экспертом\экспертами может быть усмотрен смысл информации, в корне отличающийся от смысла, заложенного публикатором\распространителем информации или значительным числом потребителей информационной продукции, то есть эксперту предлагается фактически «додумывать» за третьих лиц. Предвидение же поведенческих реакций во многих спорных случаях, возникающих, как правило, при рассмотрении дел, могущих подпадать под действие ст.10 Европейской конвенции по защите прав человека и основных свобод, является в чистом виде предположением. Подобный характер экспертного заключения недопустим, в частности, для уголовного процесса, ибо, в соответствии с ч.4 ст.14 УПК РФ, «Обвинительный приговор не может быть основан на предположениях». Восприятие предположения эксперта в качестве однозначного и единственно истинного толкования правоприменителем,

попытка строить на таком заключении юридический процесс ведет к размыванию доказательственной базы и высокому риску вынесения неправомерного (неправосудного) юридически значимого решения, то есть нарушения прав и свобод граждан.

Таким образом, исключается применение данного вида экспертизы для проведения экспертных исследований с юридическими последствиями, тем более что такое экспертное заключение легко может быть оспорено второй стороной судебного процесса и стать основанием для отмены вынесенного решения вплоть до Европейского суда по правам человека, решения которого обязательны для исполнения Российской Федерацией как членом Совета Европы.

Экспертиза информационной продукции, распространяемой посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна учитывать ряд специфик, связанных с многообразием видов информационной продукции, которая технически может распространяться посредством данной сети. При этом, как представляется, ряд продуктов, распространяемых посредством сети Интернет, имеет конструктивное сходство с иными информационными продуктами, распространяемыми иными способами (например, посредством эфирного вещания), и для их экспертизы должны быть применены методики, применяющиеся для последних – в первую очередь это относится к видеопроодукции. Среди основных специфик экспертизы информационной продукции следует выделить:

- Установление посещаемости страницы с информационной продукцией, подвергнутой экспертизе. Это необходимо для точной оценки аудитории, которая подверглась воздействию информационной продукции, и для качественного ее анализа (в том числе региона максимального потребления). В отличие от эфирных СМИ, применительно к сети Интернет это не требует дорогостоящих социологических исследований и, как правило,

может быть выполнено при помощи широко известных и разрешенных к гражданскому обороту программно-технических сервисов (иногда встроенных прямо в исследуемую страницу);

- Социальная культура страны\региона производства информационной продукции. В отличие от теле- или радиовещания, информационному потребителю конкретной страны доступна без ограничений (за исключением разве что языковых) информационная продукция, произведенная в любой точке земного шара. При этом информационная продукция могла создаваться в рамках определенной социальной культуры, иной, чем социальная культура места фактического потребления (которое вообще может быть изначально случайным), и быть рассчитанной на потребление в рамках также совершенно иной социальной культуры. В первую очередь установление социальной культуры, в рамках которой был произведен информационный продукт, имеет процессуальное значение (например, при установлении умысла на совершение тех или иных запрещенных законом страны обнаружения контента действий), но при этом может и выступать в качестве одного из обоснований допустимости или недопустимости присутствия такого контента в социально-культурном пространстве страны обнаружения.

- Возможность верификации пользователя при доступе к информационной продукции. Опять же в отличие от радио- и телевещания, программно-технические возможности сети Интернет предоставляют опцию дополнительной защиты от доступа к информации лиц, для которых она по тем или иным причинам не предназначена. Ряд сервисов и информационных веб-сайтов (в первую очередь зарубежных) используют такие сервисы для ограждения несовершеннолетних от попадания в несвойственную им информационно-коммуникационную среду, воздействие которой может нанести негативное влияние на процесс их развития, личностного формирования, психическое здоровье. К примеру, социальная сеть Facebook принимает специальные меры для обеспечения политики предоставления своего сервиса лицам старше 13 лет. Тем не менее, по ряду причин, главной

из которых является необходимость обеспечения анонимности как формы тайны коммуникации, и – в некоторых случаях – обеспечение дополнительной защиты от экономических угроз (речь идет о популярном в 1998-2005 гг. способе верификации возраста по банковским картам), в настоящее время подобные механизмы представлены слабо – приоритет находится у средств пассивной защиты в форме предупреждения о наличии на веб-странице, сайте или сервисе контента, неприемлемого для определенных возрастных аудиторий, при этом окончательное решение о доступе остается в буквальном смысле на совести пользователя.

- Определение типа информационной продукции – главный специфический элемент экспертизы информационной продукции, находящейся в обороте в сети Интернет. Данное действие необходимо для сужения круга методов, применяемых при экспертизе, более точного определения круга возможных угроз, которые могут быть нанесены информационной продукцией, и более точного определения характера воздействия информационной продукции (информационное, информационно-коммуникационное и т.п.). В зависимости от определенного типа информационной продукции, при конкретной экспертизе могут быть применены методы, применяемые для специфических видов оффлайновой информационной продукции (книги, печатные периодические издания, телепрограммы, фильмы).

- Негативные действия как обязательное условие продолжения процесса. Как правило, этот процесс характерен для интерактивных действий и выходит за пределы процесса интеграции в качестве «своего» в некую коммуникативную группу (в онлайн это характерно, как правило, для форумов, блогов и социальных сетей, то есть для дискуссионных\коммуникативных сервисов). Наиболее ярко этот элемент проявляется в компьютерных играх, особенно в тех, где управляемый игроком персонаж должен совершить максимум предусмотренных игрой действий – в ряде игр (например, так называемые «стрелялки», или

комплексные игры типа серии GTA) эти действия изначально деструктивны и могут варьироваться от набора дополнительных бонусов за погоню-уход от полиции до максимально жестокого истребления противника. При этом пользователь зачастую не имеет альтернативы выбора, то есть для успешного продолжения компьютерной игры он вынужден совершать предписанные действия. Целый ряд преступлений, совершенных в различных странах с высоким уровнем проникновения Интернета (в первую очередь в США, для которых стали характерными массовые бойни с применением оружия в исполнении школьников), свидетельствует – в том числе через показания подследственных\обвиняемых – что образцом для формирования подобной модели поведения стали именно деструктивные компьютерные игры и формируемая ими модель «успешности через негативность».

Учет вышеперечисленных факторов представляется обязательным для уточнения характера и масштаба воздействия информационной продукции на несовершеннолетнего\ несовершеннолетних через сеть Интернет с целью принятия решения о допустимости оборота такой информационной продукции среди несовершеннолетних и конкретизации возрастной группы, с которой потребление данной информационной продукции не будет наносить разрушающего вреда на процесс становления ценностных ориентиров, мировоззрения и психики несовершеннолетнего.

16.1.5. Компьютерные игры как предмет экспертизы

Основной сложностью для проведения экспертизы компьютерных игр является размер оцениваемого контента и особенности доступа к нему. Для многих игр полное прохождение их занимает десятки часов и требует определенных умений от играющего. В случае невозможности лично ознакомиться с контентом игры полностью, эксперту приходится ориентироваться на частичную и неполную информацию из заставок, отдельных эпизодов, скриншотов, сделанных другими людьми, и описания

игрового процесса, предоставленные производителем игры. Это может привести к ошибкам в вынесении экспертного суждения.

Выбранные критерии применительно к сети Интернет в ряде случаев столь же характерны, как для иных видов информационной продукции, а в случаях, когда компьютерные технологии предоставляют дополнительные возможности, приобретают особую актуальность. В связи с тем, что сети Интернет в ряде случаев (особенно связанных с компьютерными играми) обеспечивает глубокое погружение пользователя в т.н. «виртуальную реальность», нередко возникает особый вопрос не просто о дополнительном психологическом влиянии на пользователя, а по сути о выполнении Интернет-продукцией роли тренажера для определенных действий. При том, что при определенных технических возможностях компьютерные технологии действительно могут быть использованы в реалистичном тренажере (к примеру, в авиации), тем не менее подходить с подобной меркой к стандартным компьютерным играм представляется нецелесообразным. В первую очередь это относится к так называемым «играм-стрелялкам» в виду следующих факторов:

- Показываемая на экране «реальность» в таких играх значительно упрощена по сравнению с реальным миром;

- Игру нельзя рассматривать как «тренажера моторики» для реального мира в части, к примеру, обращения с оружием либо движений тела и конечностей персонажа – в частности потому, что число доступных игроку движений в компьютерной игре минимизировано и активируется не мышцами, ответственными за аналогичные телодвижения в реальном мире, а компьютерными манипуляторами (как правило, «мышью»);

- Проблематично рассматривать подобные игры (к примеру, CounterStrike) как тренажер по подготовке террористических актов и диверсий, опять же из-за упрощенной реальности – в реальной ситуации, к примеру, на закладку взрывчатого вещества будет влиять множество посторонних факторов, которые нереально учесть в обычной компьютерной

игре. Аналогично, неучитываемые факторы влияют и на обнаружение подобных «закладок».

Тем не менее, психологическая опасность подобных игр состоит в снятии психологического барьера в причинении вреда (применении оружия) в отношении других персонажей. При текущем развитии технологий, компьютерная графика обладает все же достаточной реалистичностью для облегчения стирания этого барьера. Как показывает практика массового применения оружия школьниками в школах США, обстоятельства совершенных преступлений в реальном мире крайне сходны с виртуальными антуражами соответствующих компьютерных игр. Дополнительная тренировка мышечной моторики при этом не требуется ввиду весьма свободного доступа старших школьников США к огнестрельному оружию.

Помимо «стандартного» огнестрельного оружия, целый ряд т.н. «игр-стрелялок», начиная с серии Doom 1990-х годов, обладает возможностью для персонажа использовать для нанесения повреждений иные предметы (например, циркулярную пилу в серии игр Quake). Депрессивная графика, депрессивное музыкальное сопровождение и повышенная детализация результатов насилия (брызги крови, разлетающиеся части тела) способны вызывать серьезный психологический шок у неподготовленного потребителя такой продукции, а при определенных обстоятельствах повысить барьер психологической толерантности к причиняемому насилию, то есть более спокойно относиться к более жестоким сценам насилия. Нельзя исключать, что такой «повышенный барьер» может мотивировать применение нестандартных и более жестоких способов насилия и в реальной жизни, хотя, к примеру, реальных фактов попыток нанесения сверстниками увечий друг другу при помощи циркулярной пилы отмечено не было. Показательно, что явно фантастическое оружие в подобных компьютерных играх (тот же Quake), как правило, вызывает меньше видимых результатов насилия, чем стандартное оружие.

Отдельной строкой стоят компьютерные игры, в которых причинение максимального насилия или повреждений является целью игрового процесса. Если для «игр-стрелялок» это является неизбежным процессом (и далеко не все игры добавляют пользователю дополнительные очки за «более кровавое убийство» игровых персонажей), то отдельные игры, принадлежащие к другим жанрам, сориентированы на подобную «успешность» своими создателями целенаправленно. К примеру, к числу таких игр относится серия *Carmageddon*, в которой задачей игрока является таран на своем «боевом автомобиле» своих соперников с целью нанесения им максимально возможных повреждений. Графика игры (в том числе лица персонажей), музыкальное оформление, лексика реплик в ходе игры построены изначально деструктивно (находится в «темном» пространстве), стимулируя на дополнительное насилие и утверждая мысль, что подобное поведение является нормой.

Игры, в которых действие происходит не «от первого лица», не обладают таким свойством «отождествления» игрока с игровым персонажем. Тем не менее, ввиду частого нарушения пропорций в играх, они могут создавать для детей младших возрастных групп ложное ощущение незначительности тех или иных опасностей – на основе «опыта» управляемого в игре компьютерного персонажа. Нивелировка опасностей дополняется, как правило, присутствующей в игре «возобновляемостью» персонажа – так называемые «несколько жизней». И даже в том случае, когда «смерть» персонажа означает конец игрового сеанса, у игрока все равно присутствует возможность начать игру снова, сохраняя при этом собственный (личный) опыт от прохождения предыдущей игры. Нельзя исключать, что возможность «получения нового тела» с сохранением информационной составляющей личности является одним из ключевых факторов, воздействующих на принятие решения несовершеннолетним о самоубийстве в реальной жизни – он вполне может полагать, что

информационная составляющая его личности все равно продолжит существовать независимо от тела.

Несколько иначе обстоит дело с компьютерными играми, в которых лежит элемент жанра стратегии. В таких играх, как правило, игрок не ассоциирует себя с персонажами игры, а управляет ими как бы «со стороны». Стратегии, как правило, сочетают в себе как созидательное, так и разрушительное начало, при этом разрушительное начало «опосредовано», то есть совершается без отождествления игрока с каким-либо из персонажей компьютерной игры. Чисто «созидательных» стратегий не так много, и, как правило, они рассчитаны на возраст с 12 лет, так как требуют от игрока некоторого понимания макроэкономических процессов и ресурсного расчета (например, Transport Tycoon, RollerCoaster Tycoon, Microsoft Train Simulator, SimCity). В стратегических компьютерных играх с «цивилизационно-политическим» характером (Civilization, Age of Empires, Казаки) созидательная функция (развитие собственного хозяйства, исследование технологий) сочетается с функцией, которую можно условно назвать «разрушительной» (уничтожение юнитов соперника). Тем не менее, в таких играх отсутствует «детализация» насилия, сами по себе «силовые» столкновения носят для психики игрока опосредованный характер и не воспринимаются как насилие, а эффект разрушения не носит травмирующего характера.

16.1.6. Экспертиза прочих видов интернет-контента

Если компьютерные игры представляют собой особый вид информационной продукции, то большинство других видов информационной продукции, распространяемой через сеть Интернет, не создают какой-либо отдельной «виртуальной реальности», и практически все критерии, могущие деструктивно влиять на потребителя этой информационной продукции, аналогичны таковым для печатной или эфирной продукции. Тем не менее возможность самореализации, предоставляемая коммуникационными сервисами, зачастую не порождает ощущения ассоциации себя с

публикаторами массовой информации, а воспринимается как разновидность личного коммуникационного пространства реального мира, которое, как правило, крайне узко и охватывает небольшой круг лиц. Это ведет к размыванию грани «личного» и «публичного» в Интернете, то есть в публичном пространстве оказывается поведение и информация, традиционно предназначенные для личного круга и отличающиеся по своей форме и подаче от осознанного публичного поведения того же человека. Это характерно для любого коммуникационного сервиса, начиная с чата и форума и кончая социальными сетями (несколько особняком стоят блоги). В связи с этим, при расследовании дел, связанных с информационным воздействием через сеть Интернет на третьих лиц, в ходе психолингвистической экспертизы обязательно подлежит установлению факт осознания автором публичности своих высказываний, то есть направленности информации именно в публичный круг, неопределенную группу лиц. Как правило, в настоящее время данный вопрос решается исключительно формально, по факту признания Интернета как публичного пространства «по умолчанию». Тем не менее, установление данного факта может иметь ключевое значение для расследования уголовных дел по целому ряду статей УК, с субъективной стороны характеризующихся только прямым умыслом. Попутно это позволит устранить такую странность, возникающую в доказательственной базе по результатам экспертиз, как понятие «косвенные призывы» (помимо того, что выражение «косвенный призыв» представляет собой семантический нонсенс).

Однако в условиях свободы формирования коммуникационного пространства и публикации информации потребитель информационной продукции в сети Интернет нередко сталкивается с размыванием этической составляющей подачи информационного материала. Особенно ярко это наблюдается на примере сравнения «личных» информационных источников (Livejournal.com) с онлайн-версиями классических СМИ, руководствующихся понятиями журналистской этики (ria.ru, itar-tass.com,

Interfax.ru, gazeta.ru, lenta.ru). В Интернет-сервисах, которые рассматривались как созданные для изначально «личного» пространства, данная грань размывается еще больше, и лексика может носить не только эпатирующий, но и обценный характер (например, названия некоторых групп ВКонтакте – vk.com). Лексика комментирования, как правило, исходит из осознания комментатором личного характера комментирования, комментатор психологически не делает различия между разговором в узком кругу в оффлайне и на Интернет-сайте (на это наводит анализ комментариев на порталах СМИ – lenta.ru, ria.ru, rosbalt.ru, kp.ru, mk.ru – и тематические обсуждения в социальной сети odnoklassniki.ru). Исходя из этого, можно сделать предположение, что комментаторы подсознательно направляют свои высказывания на определенный круг читателей, среди которых, исходя из основной направленности ресурса, не ожидаются несовершеннолетние. Решением данной проблемы может стать различная возрастная маркировка для собственно информационного продукта онлайн-СМИ и для раздела обсуждения и комментариев, исходя из того, что сам по себе информационный продукт онлайн-СМИ может не содержать непосредственных информационных угроз для несовершеннолетних.

16.2. Обоснование подходов для выбора информационной продукции для апробации модели проведения экспертизы

Описание процедуры отбора телевизионных материалов для апробации экспертизы

В Техническом задании по подготовке Концепции информационной безопасности детей и подростков предусмотрен отбор 50 телевизионных материалов, на которых должна проходить апробация анкеты, разработанной для проведения экспертизы информационной продукции в рамках Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" №436-ФЗ. Отбор проводился по следующей схеме.

Шаг 1. На основе базы аудиториометрических данных компании ТНС были рассчитаны показатели аудитории каждого выпуска телепередач, фильмов и сериалов, выходивших в течение всего 2012 года (366 дней) на 22 каналах, имевших широкое распространение в России. Показатели рассчитывались отдельно для пяти возрастных групп: 4-5 лет, 5-8 лет, 9-11 лет, 12-14 лет и 15-17 лет. Всего было проанализировано 390 тыс. 260 выпусков программ и получено 1 млн. 951 тыс. 300 единиц аудиторных показателей (результат перемножения общего числа выпусков на число возрастных групп)

Шаг 2. Для каждой возрастной группы была проведена операция ранжирования по рейтингу выпуска в данной возрастной группе (рейтинг здесь понимается как средний процент реальной аудитории, смотревший данный конкретный выпуск программы относительно количества человек в возрастной группе).

Шаг 3. Для каждой группы были отобраны 100 первых позиций по величине рейтинга (из 390260 возможных). Некоторые названия передач, фильмов, сериалов встречались по несколько раз, поскольку в течение года либо имели место повторные показы одних и тех же фильмов, либо под одним названием шли выпуски в пределах цикловых рубрик или сериалов.

Шаг 4. Из полученного списка, содержащего 500 выпусков телевизионных материалов, были отобраны 50 названий телепрограмм, кинофильмов, телесериалов, мультфильмов и мультсериалов, которые попадали в наиболее рейтинговые позиции хотя бы в одной возрастной группе.

Шаг 5. Из этого списка были исключены некоторые выпуски, среди которых: новогоднее поздравление Президента Российской Федерации В.В.Путина 31 декабря в 23:56, трансляции спортивных событий, новогодний огонёк на Шаболовке.

Шаг 6. Оставшийся список был ещё раз ранжирован по величине рейтинга, и из него было оставлено 50 названий (см. таб. 1).

Таблица 1

	Название выпуска	Тип передачи	Телеканал	4-5	6-8	9-11	12-14	15-17
1	Алиса в стране чудес	Кинофильм	СТС	1		1		
2	Битва экстрасенсов	Игровая передача	ТНТ			1		1
3	Блич	Мультсериал	2x2				1	
4	В поисках Немо	Мультфильм	СТС	1	1			
5	Воронины	Телесериал	СТС		1	1	1	
6	Гарри Поттер и тайная комната	Кинофильм	ТНТ				1	
7	Геймеры	Телесериал	СТС				1	
8	Дети шпионов-4. Армагеддон	Кинофильм	СТС				1	
9	Детка	Телесериал	СТС			1		
10	Деффчонки	Телесериал	ТНТ					1
11	Дневник доктора Зайцевой	Телесериал	СТС			1	1	1
12	Дюплекс	Кинофильм	СТС					1
13	Ералаш	Детская передача	СТС	1		1		
14	Зайцев + 1	Телесериал	ТНТ					1
15	Закрытая школа. Заставь себя жить	Телесериал	СТС			1	1	1
16	Илья Муромец и Соловей разбойник	Мультфильм	СТС	1	1			
17	Интерны	Телесериал	ТНТ					1
18	История игрушек: Большой побег	Мультфильм	СТС		1	1		
19	История игрушек-2	Мультфильм	СТС	1				
20	Кид и Кэт	Мультсериал	Канал Дисней		1	1		
21	Кик Бутowski. Сорвиголова	Мультсериал	Канал Дисней	1	1	1		
22	Комеди Клуб	Юмористическая пр.	ТНТ					1
23	Корпорация Монстров	Мультфильм	СТС	1	1			
24	Кухня	Телесериал	СТС			1	1	1
25	Легенда о Тарзане	Мультсериал	СТС	1				
26	Лесная братва	Мультфильм	СТС	1	1			
27	Лило и Стич	Мультсериал	Канал Дисней	1	1			
28	Ловушка для родителей	Кинофильм	СТС				1	
29	Любовь-Морковь-3	Кинофильм	СТС			1		
30	Мадагаскар-2	Мультфильм	СТС			1		
31	Папины дочки	Телесериал	СТС				1	
32	Пираты Карибск. моря. На странных берегах	Кинофильм	Первый канал					1
33	Пока цветет папоротник	Телесериал	СТС				1	
34	Праздник кунг-фу панды	Мультфильм	СТС	1	1	1	1	1
35	Реальные пацаны	Телесериал	ТНТ					1
36	Секретная служба Санты	Мультсериал	СТС	1	1	1		
37	Спокойной ночи, малыши!	Детская передача	Россия 1	1				
38	Том и Джерри	Мультсериал	СТС	1				
39	Три богатыря и Шамаханская царица	Мультфильм	СТС	1	1	1	1	
40	Универ. Новая общага	Телесериал	ТНТ					1
41	Уральские пельмени	Юмористическая пр.	СТС					1
42	Финес и Ферб. Покорение 2-го измерения	Мультфильм	Канал Дисней	1	1	1		
43	Чарли и шоколадная фабрика	Кинофильм	ТНТ				1	
44	Человек-паук-2	Кинофильм	СТС		1	1		
45	Человек-паук-3. Враг в отражении	Кинофильм	СТС					1
46	Шоу дятла Вуди	Мультсериал	СТС			1		
47	Шрек	Мультфильм	СТС	1	1			
48	Шрек - 2	Мультфильм	СТС	1	1			
49	Шрек - 3	Мультфильм	СТС	1	1	1		
50	Шрек. Страшилки	Мультфильм	СТС	1	1	1	1	

Данная процедура позволяет проанализировать тот контент, который собирает наибольшие аудитории среди детей и подростков и, следовательно, оказывает на них значительное влияние в социальном масштабе. Рейтинг выпуска, то есть процентный объём аудитории, отражает масштаб такого влияния.

Как видно из таблицы 1, список содержит весьма ограниченное количество типов телепередач. Это детские передачи ("Спокойной ночи, малыши!" и "Ералаш"), игра-соревнование ("Битва экстрасенсов"), кинофильмы (10 названий), мультфильмы (14 названий), телесериалы (13 названий), мультсериалы (8 названий) и юмористические программы ("Комеди клуб" и "Уральские пельмени").

В списки наиболее рейтинговых программ среди детей и подростков ни разу не попали такие типы передач, как научно-популярные, культурно-просветительские, социально-политические, новостные и музыкальные.

Описание процедуры отбора радиоматериалов для апробации экспертизы

В Техническом задании по подготовке Концепции информационной безопасности детей и подростков предусмотрен отбор 10 радиоматериалов, на которых должна проходить апробация анкеты, разработанной для проведения экспертизы информационной продукции в рамках Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" №436-ФЗ. Отбор проводился по следующей схеме.

Шаг 1. На основе базы аудиториометрических данных компании ТНС были рассчитаны показатели аудитории ведущих радиостанций в течение первого полугодия 2013 года, имевших широкое распространение в России (всего 25 станций). Показатели рассчитывались отдельно для двух возрастных групп: 12-15 лет и 16-17 лет, поскольку измерения

радиослушания ТНС ведёт с 12 лет, измерения аудитории радиостанций среди детей до 12 лет ТНС не проводит.

Шаг 2. Для каждой возрастной группы была проведена операция ранжирования радиостанций по величине доли аудитории данной возрастной группе (доля аудитории здесь - процент времени, проведённого радиослушателями данной возрастной группы на данной радиостанции, относительно всего времени радиослушания в данной возрастной группе на всех радиостанциях вместе взятых). Для каждой группы были отобраны пять радиостанций с наибольшими значениями доли аудитории. Это оказались: в группе 12-15 лет "Европа плюс", "Русское радио", "Дорожное радио", "Юмор FM" и "Авторadio"; в группе 16-17 лет - "Европа плюс", "Русское радио", "Дорожное радио", "Лав радио" и "Авторadio". Кроме того, было взято "Детское радио", которое, по данным различных исследований, наиболее популярно среди детей до 12 лет.

Шаг 3. В каждой возрастной группе были также определены интервалы времени, где наблюдался максимум аудитории по каждой из пяти отобранных радиостанций. Оказалось, что пики аудитории всех радиостанций лежат в интервале 12:00-16:00.

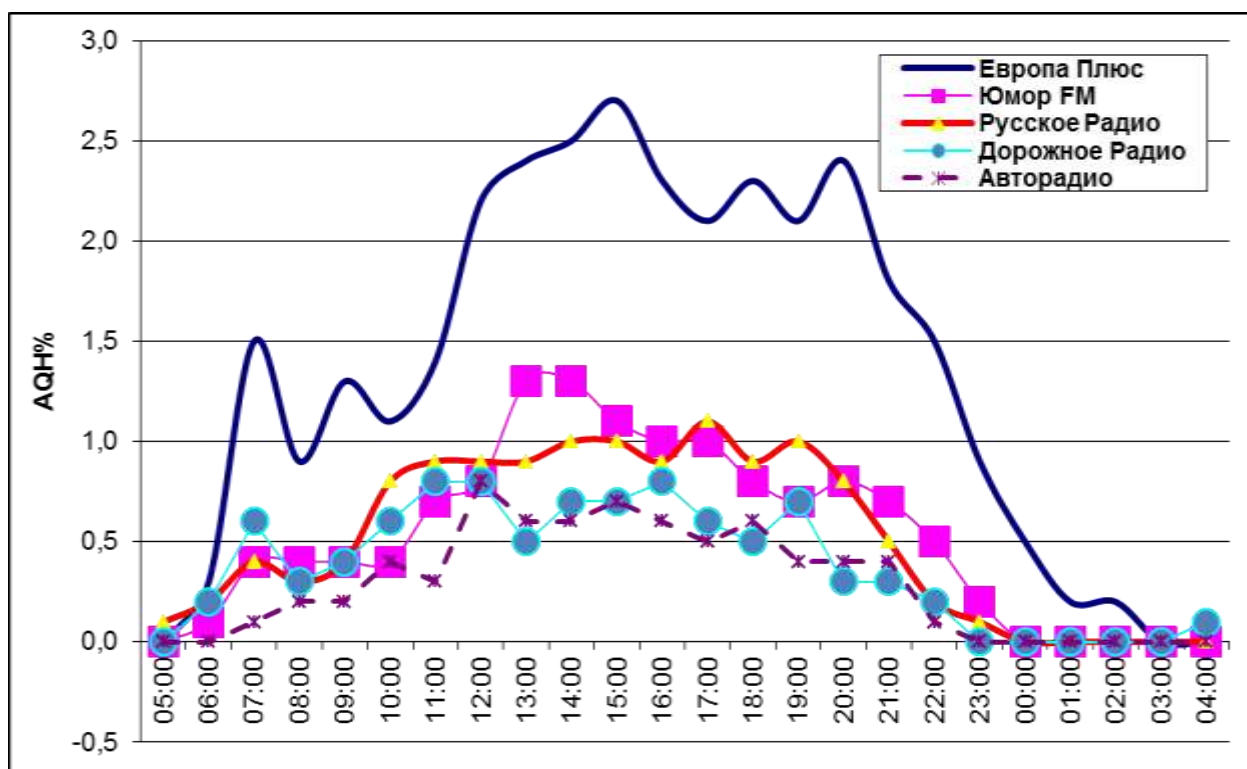


Рисунок 1. Кривые среднесуточного распределения аудитории радиостанций, популярных в подростковой группе 12-15 лет и юношеской группе 16-17 лет в первом полугодии 2013 году.

Шаг 4. Учитывая, что большинство станций содержит преимущественно музыкальный материал, было решено отобрать следующее:

1. на радиостанции "Европа плюс", где в основном звучат песни на иностранных языках и передают короткие трёхминутные новости, ограничиться анализом новостного выпуска в 13:00;
2. на "Русском радио", где звучат песни на русском языке и передают новости, выбрать новостной выпуск в 13:00 или 14:00 и песню, которая идёт сразу же после этого выпуска;
3. на "Дорожном радио", ориентированном на водителей, также отобрать песню на русском языке и передачу, идущую в интервале 14:00-16:00;
4. на радиостанции "Юмор FM" выбрать две юмористические передачи: одну в интервале 12:00-14:00, другую - в интервале 14:00-16:00
5. на "Авторadio" выбрать одну песню на русском языке в интервале 14:00-16:00
6. на "Детском радио" выбрать одну передачу в интервале 12:00-14:00

Таблица 1

Радиоматериалы, отобранные для анализа

	Радиостанция	Название выпуска	Дата	Начало	Тип передачи
1	Европа плюс	Новости	06.11.13	13:00	Новости
2	Русское радио	Нарисуй любовь	06.11.13	13:03	Песня
3	Русское радио	Новости	06.11.13	14:00	Новости
4	Дорожное радио	Вечерок-Вечерочек	06.11.13	14:01	Песня
5	Дорожное радио	Дорожная хроника	05.11.13	14:00	Новости
6	Юмор FM	Всё пучком	06.11.13	14:23	Песня

	(16+)		3		
7	Юмор FM (16+)	Неформат с Михаилом Задорновым	06.11.13		Юмористическая передача
8	Авторадио	Автоликбез	06.11.13	11:50	Передача об автомобилях
9	Авторадио	Просто любовь	06.11.13	14:04	Песня
10	Детское радио	Радитеатр "Цветной"	06.11.13	12:00	Радиопостановка

Данная процедура позволяет проанализировать тот контент, который собирает наибольшие аудитории среди детей и подростков и, следовательно, оказывает на них значительное влияние в социальном масштабе.

Как видно из таблицы 1, список содержит весьма ограниченное количество типов радиопередач. Это новости, песни, юмористические передачи и радиопостановка.

Список печатных изданий, использованных для апробации Методики проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций

Список подготовлен на основе исследований потребления информационной продукции детьми и подростками представленных в Части 1 Концепции.

1. Журнал «Огонек»
2. Еженедельная газета «Аргументы и факты»
3. «Мойдодыр»
4. «Колобок»
5. «Винни-Пух и все-все-все»
6. «Айболит»
7. «Волшебник Изумрудного города»
8. Повести о приключениях Незнайки
9. «Золотой ключик, или Приключения Буратино»
10. «Теремок»
11. «Красная Шапочка»
12. «Золушка»
13. «Дюймовочка»

14. «Бременские музыканты»
15. «Кот в сапогах»
16. «Алиса в стране чудес»
17. «Мэри Поппинс»
18. Цикл романов о Гарри Поттере Дж. Роулинг
19. А. Конан-Дойль «Приключения Шерлока Холмса»
20. Дж.Р.Р. Толкиен «Властелин колец»
21. Э.М. Ремарк «Три товарища»

Список ресурсов, использованных для апробации Методики проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций

А. Новостные и информационные ресурсы:

1. Ria.ru (РИА Новости)
2. itar-tass.com (ИТАР-ТАСС)
3. Interfax.ru (Интерфакс)
4. gazeta.ru
5. lenta.ru
6. Kp.ru (Комсомольская Правда) – как Интернет-ресурс
7. Mk.ru (Московский Комсомолец) – как Интернет-ресурс
8. Rosbalt.ru

Примечание: Оценивался Интернет-портал в целом на основе свободной выборки отдельных информационных материалов (имитация свободного поиска информации)

Б. Социальные сети:

ВКонтакте – группы:

9. «Я Умер Самоубийством»;
- 10.Национально-Освободительное Движение
- 11.ALLAN АКВАР НОХЧИ БУСАЛБ НАХ
- 12.Национальное движение «Русское Возрождение»
- 13.Закарпатское Движение Любителей Попить Пивка
- 14.Michael Jackson – United Fan Family
- 15.LSD купить марки

Одноклассники.Ру – группы:

- 16.ВПозитиве;
- 17.Военно-Исторический клуб;
- 18.Поиск Пропавших Людей;
- 19.Жизненные тайны;
- 20.Чисто Поржать;
- 21.Интеллектуальный Юмор

В. Микроблоги:

22. Твиттер Цитаты Гуфа (guf_quote)
23. Твиттер Русского Национально-Социалистического движения (rusnsd)
24. Твиттер Тамбовской областной универсальной научной библиотеки им. А.С.Пушкина (tambovlib)
25. Твиттер издания «Советский спорт» (sovsportru)

Г. Блоги

26. Блог Дмитрия Галковского (galkovsky. Livejournal.com)
27. Официальный блог политической партии «Единая Россия» (er-ru.livejournal.com)

- 28. Блог Антона Носика (dolboeb.livejournal.com)
- 29. Блог Максима Калашникова (http://m-kalashnikov.livejournal.com)
- 30. Мемориальный проект Осипа Мандельштама (1938.livejournal.com)
- 31. «Беспощадная борьба с педофилами в России» (bl-antidot.livejournal.com)
- 32. Сообщество «Малыши» (malyshi.livejournal.com)
- 33. Блог Лаборатории Касперского (blog.kaspersky.ru)

Д. Интернет-магазины и торговые площадки

- 34. Онлайн-аукцион «Молоток» (molotok.ru)
- 35. Интернет-гипермаркет «Утконос» (utkonos.ru)
- 36. Магазин одежды и белья OnLady (onlady.com.ua)
- 37. Интим-магазин «Эротовары» (erotovary.ru)
- 38. Интернет-сайт и интернет-магазин сети магазинов «Детский мир» (detmir.ru)

Веб-сайты информационной направленности

- 39. Портал «Российская общественная инициатива» (roi.ru)
- 40. «Официальный сайт Русской Республики» (rusrepublic.ru)
- 41. Антинаркотический ресурс «Нет наркотикам» (narkotiki.ru)
- 42. Антипедофильский портал «Педофилы.Ру»
- 43. Портал истории России «Хронос» (hrono.ru)
- 44. Музей старинной автотехники «Ломаковка» (lomakovka.ru)
- 45. Сайт, посвященный творчеству А.С. Пушкина (pushkin.niv.ru)
- 46. Сайт Государственного Русского музея (rusmuseum.ru)

Детские сайты

- 47. Портал «Веб-Ландия» (web-landia.ru)
- 48. Детский портал «Твиди» (tvidi.ru)
- 49. Портал «Смешарики» (smeshariki.ru)

- 50. Портал «Детландия» (detlan.ru)
- 51. Интернет-сайт Свердловской областной библиотеки для детей и юношества (teenbook.ru)
- 52. Интернет-сайт журнала «Костер» (kostyor.ru)
- 53. Интернет-сайт «Рисуем Сами» (risuem-sami.ru)
- 54. «Ребзики» (rebzi.ru)
- 55. Интернет-сайт «Читаем детям» (chitaikin.ru)
- 56. «Картинки в паутинке» (kartinki.netslova.ru)

Форумы

- 57. Политический форум о политических событиях (politikforum.ru)
- 58. Форум сотрудников МВД (police-russia.ru)
- 59. Форум «Транспорт в России» (forum.tr.ru)
- 60. Форум любителей пива и коллекционеров пивной атрибутики (pivo.borda.ru)

Компьютерные игры

- 61 World of Warcraft
- 62 League of Legends
- 63 Angry birds
- 64 Lines
- 65 Need for speed
- 66 BioShock Infinite
- 67 Total War: Shogun 2
- 68 Создай свой мир
- 69 Десять обезьянок
- 70 Might & Magic Heroes VI

16.3. Апробация модели проведения экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ.

Нами разработано три варианта методики:

- 1) методика рекомендуемая к использованию при проведении экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ;
- 2) методика классификации экспертом информационной продукции по возрастным категориям детей и подростков 0-6 лет, 6-12 лет и 16-18 лет;
- 3) методика проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций.

Методики апробированы на примере 20 печатных средств массовой информации, 50-ти выпусков телепрограмм, 10-ти выпусков радио программ, 25 выпусков сетевых изданий, 25 интернет ресурсов, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети интернет. Списки информационных продуктов приведены в пункте 11.3.

В **Приложении** к данной главе приведены примеры применения методик 1 и 3 на конкретных информационных продукта: печатных изданиях, телевизионных программах, радиопрограммах и информационных продуктах сети Интернет. В силу того, что перепроверка, проводимая согласно методике 3 требует не только анализа текста, но и контекста, в нее включены максимальное число понятий, связанных как с потенциально вредным воздействием содержания информационной продукции, так и с пролонгированным действием содержания информационной продукции на физическое, психическое, духовное и нравственное развитие ребенка.

16.4. Правовые последствия экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ

После получения Роскомнадзором подписанного экспертного заключения им проводится его изучение и оценка в срок не более 15 дней, по итогам которой он принимает решение:

1) о несоответствии информационной продукции требованиям ФЗ № 436 и вынесении предписания об устранении выявленного нарушения в случае, если в экспертном заключении содержится вывод о наличии в данной информационной продукции информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, либо о несоответствии знака информационной продукции определенной категории информационной продукции;

2) о соответствии информационной продукции ФЗ № 436 и об отказе в вынесении указанного в пункте 1 настоящей части предписания.

Таким образом, выводы экспертного заключения по результатам проведения экспертизы информационной продукции носят необязательный характер.

Производитель или распространитель информационной продукции обязан выполнить предписание Роскомнадзора об устранении допущенного нарушения требований ФЗ № 436. При этом он должен не только изменить возрастную категорию и маркировку информационной продукции, но и начать соблюдать установленный для такой категории правовой режим ее распространения. ФЗ № 436 не регламентирует ответственность за исполнение вынесенного предписания. На наш взгляд, она будет наступать по ч. 1 ст. 19.15 КоАП РФ «Невыполнение в установленный срок законного предписания (постановления, представления, решения) органа (должностного лица), осуществляющего государственный надзор (контроль), об устранении нарушений законодательства». В качестве санкции для юридических лиц данной статьей предусмотрен административный штраф от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей. Представляется, что с учетом доходов больших

медиахолдингов для них такой размер штрафа не будет выступать реальным сдерживающим средством.

Литература

1. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова – М.: Наука, 1988.
2. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста / А.Н. Баранов – М.: Флинта:Наука, 2007.
3. Базылев В.Н., Бельчиков Ю.А., Леонтьев А.А., Сорокин Ю.А. Понятия чести и достоинства, оскорбление и ненормативности в текстах права и массовой коммуникации / В.Н Базылев, Ю.А Бельчиков и др. – М.: Фонд защиты гласности, 1996.
4. Бельчиков Ю.А. Лингвистическая судебная экспертиза – целенаправленное герменевтическое исследование/ Ю.А. Бельчиков // Спорные тексты СМИ и спорные иски. Публикации. Документы. Экспертизы. Комментарии лингвистов– М: Престиж, 2007, с.15-20.
5. Белянин В.П. Психологическое литературоведение. Текст как отражение внутренних миров автора и читателя / В.П. Белянин – М.: Генезис, 2007.
6. Бринев К.И. Юридическая лингвистика и лингвистическая семантика (на материале категорий *сведение* и *мнение*, *оценка*, *факт*) // Юрислингвистика 1X. Истина в языке и праве. – Барнаул, 2008, с. 194 – 211.
7. Войниканис Е.А. Язык СМИ: правовые проблемы / Е.А. Войниканис // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. Часть 2. – М.: Изд-во МГУ, 2004, с. 207-219
8. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки // Е.М.Вольф – М.: УРСС Эдиториал, 1985.

9. Втайне от народа. Как законы об «оскорблениях» ограничивают общественный контроль над деятельностью государственных чиновников. Что по этому поводу можно предпринять. – М., 2002.
10. Галяшина Е.И. Основы судебного речеведения / Е.И. Галяшина – М.: СТЭНСИ, 2003.
11. Галяшина Е.И. Лингвистика vs экстремизм. В помощь судьям, следователям, экспертам / Е.И. Галяшина – М., 2006.
12. Галяшина Е.И., Горбаневский М.В., Стернин И.А. Лингвистические признаки диффамации в теории и практике судебных лингвистических экспертиз / Е.И. Галяшина, М.В., Горбаневский, И.А. Стернин // Взгляд. Ежеквартальный аналитический бюллетень. – М., 2005 – № 1 (6), с. 24-39.
13. Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам. – Официальный сайт. www.rusexpert.ru
14. Голев Н.Д. Юрислингвистика: на стыке языка и права /Н.Д. Голев // Юрислингвистика 1: Проблемы и перспективы. – Барнаул, 1999, с.4-11.
15. Голев Н.Д. Самоопределение юридической лингвистики в России. /Н.Д. Голев // Юрислингвистика У111: Русский язык и современное российское право. – Барнаул, 2007, с. 7-14.
16. Голев Н.Д., Матвеева О.Н. Лингвистическая экспертиза: на стыке языка и права/Н.Д. Голев, О.Н.Матвеева // Юрислингвистика У11: Язык как феномен правовой коммуникации. – Барнаул, 2006, с. 168-185.
17. Демьянков В.З. Семиотика событийности в СМИ/ В.З. Демьянков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. Часть 2. – М.: Изд-во МГУ, 2004, с.68-83.
18. Жельвис В.И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия / В.И. Жельвис // Юрислингвистика-2: Русский язык в его естественном и юридическом бытовании. – Барнаул, 2000, с.223-235.
19. Жельвис В.И. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема/ В.И Жельвис – М., 2001.

- 20.Зализняк А.А. Компоненты семантической структуры предикатов внутреннего состояния / Зализняк А.А. // Многозначность в языке и способы ее представления. – М., 2006, с. 478-496.
- 21.Засурский Я.Н., Кара-Мурза Е.С. Направлены ли приведенные в листовке фразы на разжигание расовой, национальной и религиозной розни? / Я.Н. Засурский, Е.С. Кара-Мурза // Юрислингвистика 1X. Истина в языке и праве. – Барнаул, 2008, с. 312-334.
- 22.Информационные споры: как в них победить? Решения, рекомендации, экспертные заключения Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ. – М., 2002.
- 23.Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С.Иссерс – .: М.: УРСС; ЛКИ, 2008.
- 24.Кара-Мурза Е.С. В помощь редакторам: лингвисты-эксперты о предвыборной информации и агитации / Е.С. Кара-Мурза //Обреченные на немоту? СМИ в период выборов: законы, комментарии, рекомендации. – М., 2003, с. 119-152.
- 25.Кара-Мурза Е.С. Политический дискурс через призму лингвистической экспертизы / Е.С. Кара-Мурза // Политический дискурс в России–X. X юбилейный всероссийский семинар 20 апреля 2007 г. Материалы. – М., 2007, с.101-118.
- 26.Кара-Мурза Е.С. Лингвосемиотические аспекты законодательной и деонтологической регуляции рекламы / Е.С. Кара-Мурза // Юрислингвистика 1X. Истина в языке и праве. – Барнаул, 2008, с.162-174.
- 27.Кара-Мурза Е.С. «Дева Обида» политического дискурса: речевые преступления в аспекте эмотиологии / Е.С. Кара-Мурза //Современные проблемы политической лингвистики. – Волгоград, 2009.
- 28.Монахов В.Н. Афродита и Феникс. Размышления о современности в обрамлении персонажей легенд / В.Н. Монахов/ // Информационные споры: как в них победить? Решения, рекомендации, экспертные

- заклучения Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ. – М., 2002, с. 363-391.
29. Обреченные на неминуемость? СМИ в период выборов: законы, комментарии, рекомендации. – М., 2003.
30. Осколкова Н.В. Типовые вопросы к экспертам-лингвистам: читаем вместе / Н.В. Осколкова // Юрислингвистика У111. Русский язык и современное русское право. – М., Барнаул, с. 382-393.
31. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Взгляд. Ежеквартальный аналитический бюллетень. – М., 2005. – № 1 (6), с. 5-18.
32. Правовые и этические нормы в журналистике / Сост. Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2007.
33. Ратинов А.Р. Послесловие юриста. «Когда не стесняются в выражениях...» / А.Р. Ратинов // Понятия чести, достоинства и деловой репутации. Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами. Изд. 2, перераб. и доп. / под ред. А.К. Симонова и М.В. Горбаневского. – М.: Фонд защиты гласности, 2004, с. 101-116.
34. Рождественский Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский – М.: Флинта: Наука, 2006.
35. Россинская Е.Р. Судебная экспертиза в гражданском, арбитражном, административном и уголовном процессе / Е.Р. Россинская – М.: Норма, 2008, с. 384-406.
36. Россинская Е.Р., Галяшина Е.И., Зимин А.М. Теория судебной экспертизы / Е.Р. Россинская, Е.И. Галяшина, А.М. Зимин / Учебник. – М.: «Норма», 2009.
37. Саржина О.В. Оскорбление словом (инвектива) и агрессивный дискурс / Саржина О.В. // Юрислингвистика У111. Русский язык и современное российское право. – Барнаул, 2007, с. 257-267.

- 38.Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики / Под ред. А.А.Леонтьева, Д.А.Леонтьева. – М., 2004.
- 39.Смирнов А.А. Заметки о лингвистической экспертизе (менталитет юристов и лингвистическая ментальность) / А.А. Смирнов // Текстология Ру. Публикации. – URL: www.textology.ru.public/lawyer.http//tis 2004
- 40.Степанов Ю.С. Дискурс, Факт и Принцип причинности.../ Ю.С. Степанов // Язык и наука 20-го столетия. – М., 1995.
- 41.Теория и практика судебной экспертизы в гражданском и арбитражном процессах. Научно-практическое пособие / под ред. Е.Р. Россинской.– М.: "Викор-Медиа", 2006.
- 42.Федотов М.А. Правовые основы журналистики. Учебник для вузов / Федотов М.А. – М.: Владос, 2002.
- 43.Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации / Под ред. М.В.Горбаневского. – М.: Галерея, 2002.
- 44.Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Учебное пособие / А.П. Чудинов – М.:Флинта:Наука, 2006.
- 45.Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Шейгал Е.И. – М.: Гнозхис, 2004
- 46.Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда. Анализ и комментарий законодательства и судебной практики / А.М. Эрделевский – М., 2007.
- 47.Юрислингвистика 1-1Х. – Барнаул, Кемерово, 1999 - 2009.
- 48.Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. Часть 2. – М.: Изд-во МГУ, 2004.
- 49.Большой толковый словарь русского языка \под ред. С.А.Кузнецова. – СПб : Норинт, 2000.

- 50.Квеселевич Д.И. Толковый словарь ненормативной лексики русского языка.— М.:Астрель, 2003
- 51.Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. Изд. 4-е. — М.: .: ИТИ ТЕХНОЛОГИИ, 2003.
- 52.Русский семантический словарь. Том 1. — М., 1999. (www.rusexpert.ru)

Приложение к разделу 16

Апробация методик на конкретном информационном материале

Оглавление

Апробация методики, рекомендуемой к использованию при проведении экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ на материале.

1. Информационный продукт – печать 107
2. Информационный продукт – телевидение 126
3. Информационный продукт – радио 1455
4. Информационный продукт – Интернет 1624

Апробация методики проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций на материале: 1812

1. Информационный продукт – телевидение 1812
2. Информационный продукт – радио 2212
3. Информационный продукт – Интернет 2389

Методика, рекомендуемая к использованию при проведении экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ

В соответствии со статьей 12, п.1 ФЗ № 436 категория информационной продукции определяется ее производителями или распространителями в соответствии с требованиями статей 6 - 10 настоящего Федерального закона и обозначается знаком информационной продукции, размещаемым с соблюдением требований и требований соответствующих технических регламентов.

1. В зависимости от вида носителя предлагается произвести идентификацию информационной продукции, заполнив соответствующий блок «Модуль описания объекта экспертизы», включая определение жанрово-тематическое содержание продукта:

- Определение тематики продукта.
- Определение жанра продукта.
- Определение содержания продукта
- Характер художественного оформления продукта

2. Для проведения идентификации эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы необходимо заполнить соответствующий раздел.

3. Дать формулировку вопросов, поставленных перед экспертами.

4. При заполнении раздела «Модуль экспертно-методического сопровождения» требуется дать обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы соответствующих типу и виду продукции (при наличии таковых).

5. Для заполнения раздела «Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации» требуется ответить на каждый вопрос анкеты, **отмечая наличие** (знаком + или другим) **в столбце «Да»** и **отсутствие** (знаком + или другим) **в столбце «Нет»**. Соотношение ответов «Да» и «Нет», преобладание того или другого даст наглядное представление о наличии или отсутствии информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей определенного возраста в соответствии с Законом № 436.

6. В разделе «Модуль оформления заключения» эксперту следует на основе проведенной экспертизы :

- составить экспертное заключение
- оценить вероятность причинения вреда здоровью и (или) развитию детей информацией, содержащейся в продукте.
- описать степень выраженности признаков, которые дают основание говорить о вероятности причинения вреда здоровью и (или) развитию детей информацией, содержащейся в продукте.
- соотнести степень выраженности отдельных признаков содержащейся в информационной продукции информации, причиняющей вред

здоровью и (или) развитию детей в общем и ситуационном контексте (на уровне эпизода) экспертируемого материала.

При этом необходимо учесть наличие или отсутствие в информационном продукте:

- **оправданных ее жанром и (или) сюжетом эпизодических (единичные) ненатуралистических изображений или описаний физического и (или) психического насилия (за исключением сексуального насилия)**
- **торжества добра над злом**
- **выражения сострадания к жертве насилия и (или) осуждения насилия и т.д.**

Апробация методики

1. Информационный продукт – печать

Блок Печать. Периодические печатные издания

Характеристики объекта	Информация об объекте	Нет информации
Объект - печатное издание в целом		
Полное наименование (название) печатного издания		
Форма периодического распространения массовой информации (газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание)		
Номер периодического печатного издания (год, месяц выпуска)		
Место выхода в свет		
Тираж		
Учредитель		

(соучредители), издатель		
Периодичность		
Язык		
Количество страниц		
Целевая аудитория (заявленная учредителем)		
Примерная тематика и (или) специализация (заявленная при регистрации СМИ)		
Объект - отдельная рубрика		
Название рубрики		
Периодичность ее появления в издании		
Объект - отдельная публикация		
Название публикации		
Номер периодического печатного издания или время выхода издания, в котором опубликован материал		
Автор (авторы) публикации		
Тематика		
Краткое содержание публикации		
Суть претензий к изданию, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ,		

предположительно имеющиеся в публикации)		
--	--	--

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Тип периодического издания

- 1.1. Газета
- 1.2. Журнал
- 1.3. Иное - указать

2. Территория распространения, локализация издания

- 1.1. Межгосударственное
- 1.2. Общероссийское
- 1.3. Территория конкретного субъекта Российской Федерации или группы субъектов Российской Федерации (республиканское, краевое, областное, другое)
- 1.4. Муниципальное (городское, районное, другое)

3. Характер иллюстрирования

1. Иллюстрированное издание
 - а) цветное
 - б) черно-белое
 - в) смешанный тип иллюстрирования
2. Неиллюстрированное издание

4. Жанр экспертируемой публикации

Журналистские жанры

1. Информационная заметка, хроника, анонс
2. Аналитическая статья, обзор, комментарий, корреспонденция, рецензия
3. Репортаж с места события
4. Интервью с героем
5. Очерк, рассказ о человеке, зарисовка
6. Письмо в редакцию
7. Расследование, фельетон

Беллетристические и развлекательные жанры

8. Анекдот, юмор, шутка, комикс
9. Игровые жанры (развивающие задания, кроссворды, игры и т.п.)
10. Рассказ, поучительная история, отрывок из литературного произведения
11. Стихи
12. Другое (указать) _____

Блок Печать. Книга

Объект - печатное издание в целом	Книга
--------------------------------------	-------

Полное название печатного издания	Агния Барто. "Игрушки. Любимые стихи"
Место выхода	Москва
Тираж	10000
Учредитель, издатель, издательская группа	Эксмо
Серия (если указана)	
Язык	Русский
Количество страниц	80
Целевая аудитория (заявленная издателем)	Дети дошкольного и младшего школьного возраста

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Вид издания

1. Книга (мягкий переплет, жесткий переплет)

2. Книжка-игрушка

3. Книжка-вырубка

4. Брошюра

2. Регион распространения

1. Международное

2. Общероссийское

3. Республиканское, краевое, областное

4. Городское

5. Районное

6. Другое (указать)

3. Характер иллюстрирования

2. Иллюстрированное издание

а) цветное

б) черно-белое

в) смешанный тип иллюстрирования

2. Не иллюстрированное издание

4. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни

2. Вымышленное, но правдоподобное

3. Вымышленное мифологическое пространство

4. Достоверность, качество, соответствие (для научно-познавательной литературы)

1. Жанр, тема экспертируемой публикации

1. Отечественная проза

2. Зарубежная проза

3. Поэзия

4. Драматургия

5. Сказка народная
6. Сказка авторская
7. Сказка фольклёрная
8. Исторический роман
9. Литература о природе
10. Научная фантастика
11. Фэнтези
12. Детектив
13. Юмористическое издание
14. Романы о любви
15. Триллеры
16. Комиксы
17. Научно-познавательная литература
18. Научно-популярная литература
19. Научно-художественная литература
20. Учебная литература
21. Энциклопедии, словари
22. Биографии
23. Публицистика
24. Другое (указать)

БЛОК 2 ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Наименование (название) информационной продукции (ИП)	
Название телеканала, на котором вышла программа	
Время и дата выхода в эфир (будни, выходные)	
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа цикловая или разовая	
Время в сетке вещания (по местному времени)	
Тематика ИП	
Краткое содержание ИП	
Характер художественного оформления ИП	

1. ЖАНР

Постановочный информационный продукт

1. Художественный, игровой фильм, телесериал
2. Телеспектакль, литературное чтение
3. Мультфильм, мультсериал
4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)
5. Музыкально-развлекательная программа
6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов
7. Детская программа

Непостановочный информационный продукт

1. Документальный фильм, сериал
2. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)
3. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
4. Спортивная программа
5. Реалити-шоу

Документальный с использованием игровых элементов

1. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
2. Познавательная программа (научно-популярная программа, культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)
3. Детская программа
4. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя
4. Меняющаяся
5. Постоянная

3. Скорость предъявления звукооряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя

4. Характеристика музыкального сопровождения:

1. Гармоничное
2. Дисгармоничное
3. Мажорное
4. Минорное

5. Трудно определить

Блок РАДИОВЕЩАНИЕ

Наименование (название) информационной продукции	
Название (полное) радиостанции, в эфире которой вышла программа	
Место выхода программы в эфир (страна, населенный пункт)	
Где слушали (населенный пункт)	
Уровень (зона) вещания радиостанции в соответствии с лицензией: - федеральный - межрегиональный - региональный (областной, краевой, республиканский) - локальный (местный)	
Территория распространения	
Время и дата выхода в эфир программы	
Периодичность выхода программы (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа цикловая или разовая	
Время в сетке вещания (утро, день, вечер) по местному времени	
Язык вещания:	
- русский	
- другой (укажите какой)	
Формат экспертируемой информационной продукции:	

1. Музыкальный (жанр музыки): - инструментальный - вокальный на русском языке - вокальный на иностранных языках - вокальный на языках народов России	
2. Разговорный: - новости - деловые новости - обзор событий - репортаж - тематическая передача - передача для детей - другое	
3. смешанный	
Тематика ИП	
Краткое содержание ИП	

Скорость предъявления звукоряда

Медленная

Быстрая

Средняя

Блок ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1.2	Название информационного продукта в сети Интернет	
	Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал, другое)	
	Адрес в сети Интернет (URL)	
	Размещение в сети Интернет	

	(отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
	Ориентировочная посещаемость	
	Время создания\обновления (если возможно установить)	
	Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
	Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, искусственные языки, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)	
	Тематика	
	Содержание	
	Количество страниц	
1.3	Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции	да нет
1.4	Доступ к информационной продукции после регистрации	да нет

2	Определите тип информационного продукта в сети Интернет		
2.1	Веб-сайт, веб-страница - Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика) - Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт - Веб-сайт структурированной организации, мероприятия - Информационный веб-сайт - Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге - Личный веб-сайт (для личной самопрезентации) - Тематико-познавательный веб-сайт (научного,		

	общественно-политического или иного специально-информационного характера) 8. Детский веб-сайт		
2.2	Блог, микроблог 1. Блог с информацией личного характера (публичный дневник) 2. Блог организации, мероприятия или продвижения продукта 3. Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера) 4. Блог новостного характера 5. Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией 6. Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)		
2.3	Форум 1. Общетематический форум 2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции) 3. Форум при веб-сайте для обсуждения и комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ) 4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества 5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)		
2.4	Социальная сеть 1. Страница с информацией личного характера (публичный дневник) 2. Страница организации, формализованной группы (например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта 3. Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая\закрытая) 4. Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения) 5. Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.) 6. Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой		

2.5	Хостинговый сервис		
.	1. Общетематический фото- или видеохостинг 2. Узкотематический фото- или видеохостинг 3. Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции 4. Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами		
2.6	Интернет-магазин		
.	1. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 2. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 3. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети узкоспециализированного характера с онлайн-демонстрацией товаров 4. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров 5. Интернет-аукцион 6. Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)		

Блок КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА

1. Однопользовательская игра
2. Многопользовательская игра
3. Многопользовательская ролевая игра

Название компьютерной игры

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория)

Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)

Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)
 Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)
 Тематика
 Содержание

- **Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы.**

3.	Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы		
	Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	14.11.13	
	Место проведения экспертизы	Москва	
	Экспертная организация (название)		
	Эксперт (ФИО)	Макалатия А.Г.	
	Образование	Психолог	
	Специальность	Психолог	
	Стаж работы по специальности	16	
	Ученая степень		
	Ученое звание		
	Место работы	МГУ им. М.В. Ломоносова	
	Должность	ст. науч. сотр.	

2. Модуль экспертно-методического сопровождения.

II	Вопросы, поставленные перед экспертами (указать без сокращений в полном объеме)
5.	Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы соответствующих типу и виду продукции

6	Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации	да	нет
6.1	Когнитивная характеристика		

	1. Адекватность когнитивной (познавательной) сложности информационного продукта возрасту ребенка: - до 6 лет – однозначность поведения и мотивации персонажей, соответствие мотивов, целей и средств их достижения, однозначно стабильная картина мира - от 6 до 12 – Возможны отдельные конфликты и несоответствия мотивов и поведения, отдельные факты непредсказуемости, случайности - 12-16 – Возможны многочисленные противоречия, неоднозначность мотивации героев, хаотичность поведения, возможны неоднократные проявления нестабильности, непредсказуемости, случайности в картине мира 2. Скорость предъявления видео ряда - Медленная - Быстрая - Средняя - Меняющаяся - Постоянная 3. Скорость предъявления звукоряда - Медленная - Быстрая - Средняя 4. Характеристика музыкального сопровождения: - Дисгармоничное - Гармоничное - Минорное - Мажорное	+	
	1. Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни). 2. Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).	+	
6.2	Эмоциональная характеристика восприятия преобладающая эмоция • позитивная, • нейтральная • негативная интенсивность эмоций, переживаемых персонажами • слабая • умеренная • сильная	+ + +	

6.3	Количество основных героев (указать число) Их распределение по типам персонажей реальный нереальный		
6.4	Наличие нравственной оценки автором происходящих событий, поведения персонажей		
6.5	Усвоение моральных норм, ценностей, этических представлений 1. Является ли поведение героев асоциальным или антисоциальным? 2. Выходит ли победителем герой, выполняющий моральные нормы? 3. Выходит ли победителем герой, нарушающий моральные нормы? 4. Привлекателен ли герой, нарушающий моральные нормы для зрителя? 5. Есть ли выбор между альтернативными моральными нормами (если герой следует одной норме, то при этом нарушает другую норму)? 6. Одобряется ли поведение героя при нарушении им моральных норм?	+	+ + + +
6.6	Анализ содержания (контента) информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка.	да	нет
6.6.1	Виды насилия • физическое • психологическое • сексуальное		+ + +
6.6.2	Демонстрация, изображение, описание жестокости: • Демонстрация, изображение, описание пыток, истязаний, мучений человека • Демонстрация, изображение, описание способов нанесения увечий человеку • Демонстрация, изображение, описание способов лишения жизни человека • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания животному • Демонстрация, изображение, описание надругательства над телами умерших людей и местами их захоронения		+ + + + +
6.6.3	Демонстрация, изображение, описание насилия		+

	• Лишение жизни человека • Лишение жизни животного • Умышленное причинение вреда здоровью человека • Оскорбление и унижение достоинства человека • Натуралистическое изображение трупов людей • Натуралистическое изображение трупов животных • Натуралистическое изображение кровопролития людей • Натуралистическое изображение кровопролития животных • Жестокое избиение человека • Жестокое избиение животных		
6.6.4	Степень воздействия насилия на ребенка зависит от того, каковы последствия агрессивного поведения персонажей, вознаграждается оно или наказывается:		
	1. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как адекватное, обоснованное? 2. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как вознаграждаемое? 3. Обоснована ли агрессия необходимостью спасения жизни людей, защиты от агрессора? 4. Терпит ли агрессор поражение? 5. Несет ли агрессор наказание за акт агрессии? 6. Совершается ли насилие положительным персонажем? 7. Носит ли изображение насилия выраженный натуралистический характер?	+	+
6.6.5	Насилие		+
	1. Какими мотивами руководствуется герой, совершающий насилие: • эгоистическими, корыстными, мотивами мести • патриотическими, социальными, альтруистическими (защита Отечества, защиты слабого от агрессора)? 2. Является ли насилие одобряемой и поощряемой нормой поведения между героями? 3. Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов? 4. Поощряется ли агрессивное поведение и поступки героя?		
6.6.6	Дискредитация социальных институтов семьи	да	нет
	1. Отрицание института семьи, семейных ценностей 2. Отрицание значимости, дискредитация семьи 3. Принижение значимости семьи 4. Принижение значимости семьи, брака 5. Выраженное неуважение к родителям, старшим членам семьи, младшим членам семьи		+
6.6.7	Формирование образа родителей и семьи		

	1. Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу? 2. Доверяют ли родители и дети друг другу? 3. Обманывают ли родители и дети друг друга? 4. Проявляют ли неуважение друг к другу? • дети к родителям, старшим членам семьи • родители, старшие члены семьи к детям • родители, старшие члены семьи друг к другу • дети друг к другу 5. Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (бьют, издеваются, унижают, плохо обращаются, используют оскорбительную лексику)? 6. Приходят ли на помощь друг другу члены семьи? 7.	+ + + + + + +	+ + + + + + +
6.6.8	Формирование образа учителей и школы 1. Проявляют ли учителя и ученики взаимное уважение и доверие друг к другу? 2. Показан ли процесс обучения как социально и/или личностно значимая ценность? 3. Проявляют ли учителя и ученики неуважение друг к другу? 4. Обманывают ли учителя и ученики друг друга? 5. Проявляют ли учителя и ученики агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, плохо обращаются)?		
6.7	Представление информации, провоцирующей детей на следующие действия, потенциально опасные для их жизни и здоровья		+
6.7.1	1. Суицидальное поведение (не путать с самопожертвованием!!!) 2. Членовредительство показано как социально одобряемое поведение 3. Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний 4. Использование веществ, опасных для жизни (взрывчатых, ядовитых, радиоактивных) в целях нанесения вреда кому-либо 5. Поощряемое участие в азартных играх 6. Действия, поощряющие и/или призывающие детей к потреблению веществ, товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья: • наркотические средства, • табачные изделия • алкогольная продукция (включая пиво)		+ + + + + + + +

6.7.2	Угрозы безопасности ребенка 1. Изображается ли высокорискованное поведение (то есть наносящее ущерб здоровью и/или приводящее к потере здоровья, а также представляющее угрозу жизни и/или безопасности ребенка, приводящее к потере благополучия, доброго имени, репутации)? 2. Поощряется ли такое поведение окружающими людьми? 3. Получает ли вознаграждение герой, демонстрирующий рискованное поведение? 4. Показываются ли детали рискованного поведения?		+ +
6.8	Информация, поощряющая и/или призывающая детей к антиобщественным и/или противоправным действиям	да	нет
	1. Занятие проституцией 2. Бродяжничество 3. Попрошайничество 4. Совершение актов вандализма и надругательства над предметами религиозного культа 5. Совершение актов вандализма и надругательства над государственными символами. 6. Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ 7. Совершение действий, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц кража, грабёж, похищение детей, похищение взрослых людей, терроризм. экстремизм, любая незаконная дискриминация 8. Призыв к административно- и уголовно наказуемым деяниям 9. Романтизация и/или героизация ценностей криминального мира		+ + + + + + + + + + + + + +
6.9	Одобрение употребления ненормативной лексики		
	1. Наличие бранных слов 2. Наличие вульгарных слов 3. Наличие нецензурных слов 4. Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными		+ + + +
6.11	Порнография		
	Информация порнографического характера - информация,		

	представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного		
	Детская порнография		
	а. Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку либо персонажу, идентичному как несовершеннолетний ребенок, когда ребенок выступает объектом сексуального действия		+
	б. Изображение половых органов ребёнка либо персонажа, идентичного как несовершеннолетний ребенок, как объектов сексуальных действий		+
	с. Изображение участия ребёнка в сексуальных действиях		+

• **ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ(№436-ФЗ, ст.18, п.1.7)**

1) Экспертиза информационной продукции проведена 14 ноября 2013 г.
в г.Москва

2) Макалатия А.Г. образование высшее, психолог, стаж работы 16 лет

3) Экспертиза информационной продукции для возрастной маркировки

4) Предоставлена книга А.Барто «Игрушки. Любимые стихи».

5) Для проведения экспертизы после ознакомления с предоставленным материалом:

- заполнен блок «Печать» для идентификации информационного продукта,
- определено жанрово-тематическое содержание продукта:
 - тематика продукта.
 - жанр продукта.
 - содержание продукта
 - характер художественного оформления продукта
- Даны ответы на вопросы раздела 6 «Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации» в соответствии с Инструкцией.
- Проведен анализ наличия и соотношения ответов «Да» и «Нет» по всем вопросам.

По результатам анализа сделан вывод об отсутствии в информационном продукте информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, не достигших возраста шести лет

Представленный материал соответствует категории в соответствии со статьей 7 ФЗ №436. и должна маркироваться знаком 0+, т.к. информационная продукция не содержит информацию, причиняющую вреда здоровью и развитию детей.

Информационный продукт – ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Блок Печать. Периодические печатные издания

Характеристики объекта	Информация об объекте	Нет информации
Объект - печатное издание в целом		
Полное наименование (название) печатного издания		
Форма периодического распространения массовой информации (газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание)		
Номер периодического печатного издания (год, месяц выпуска)		
Место выхода в свет		
Тираж		
Учредитель (соучредители), издатель		
Периодичность		
Язык		
Количество страниц		
Целевая аудитория (заявленная учредителем)		
Примерная тематика и (или) специализация (заявленная при регистрации СМИ)		
Объект - отдельная рубрика		
Название рубрики		
Периодичность ее		

появления в издании		
Объект - отдельная публикация		
Название публикации		
Номер периодического печатного издания или время выхода издания, в котором опубликован материал		
Автор (авторы) публикации		
Тематика		
Краткое содержание публикации		
Суть претензий к изданию, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ, предположительно имеющиеся в публикации)		

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Тип периодического издания

- 1.1. Газета
- 1.2. Журнал
- 1.3. Иное - указать

2. Территория распространения, локализация издания

- 1.1. Межгосударственное
- 1.2. Общероссийское
- 1.3. Территория конкретного субъекта Российской Федерации или группы субъектов Российской Федерации (республиканское, краевое, областное, другое)
- 1.4. Муниципальное (городское, районное, другое)

3. Характер иллюстрирования

3. Иллюстрированное издание

- а) цветное
- б) черно-белое
- в) смешанный тип иллюстрирования

2. Неиллюстрированное издание

4. Жанр экспертируемой публикации

Журналистские жанры

- 13. Информационная заметка, хроника, анонс
- 14. Аналитическая статья, обзор, комментарий, корреспонденция, рецензия
- 15. Репортаж с места события
- 16. Интервью с героем
- 17. Очерк, рассказ о человеке, зарисовка
- 18. Письмо в редакцию
- 19. Расследование, фельетон

Беллетристические и развлекательные жанры

- 20. Анекдот, юмор, шутка, комикс
- 21. Игровые жанры (развивающие задания, кроссворды, игры и т.п.)
- 22. Рассказ, поучительная история, отрывок из литературного произведения
- 23. Стихи
- 24. Другое (указать) _____

Блок Печать. Книга

Объект - печатное издание в целом	
Полное название печатного издания	
Место выхода	
Тираж	
Учредитель, издатель, издательская группа	
Серия (если указана)	
Язык	
Количество страниц	
Целевая аудитория (заявленная издателем)	

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Вид издания

- 1. Книга (мягкий переплет, жесткий переплет)
- 2. Книжка-игрушка

3. Книжка-вырубка

4. Брошюра

2. Регион распространения

7. Международное

8. Общероссийское

9. Республиканское, краевое, областное

10. Городское

11. Районное

12. Другое (указать)

3. Характер иллюстрирования

4. Иллюстрированное издание

а) цветное

б) черно-белое

в) смешанный тип иллюстрирования

2. Не иллюстрированное издание

4. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни

2. Вымышленное, но правдоподобное

3. Вымышленное мифологическое пространство

4. Достоверность, качество, соответствие (для научно-познавательной литературы)

1. Жанр, тема экспертируемой публикации

25. Отечественная проза

26. Зарубежная проза

27. Поэзия

28. Драматургия

29. Сказка народная

30. Сказка авторская

31. Сказка фольклёрная

32. Исторический роман

33. Литература о природе

34. Научная фантастика

35. Фэнтези

36. Детектив

37. Юмористическое издание

38. Романы о любви

39. Триллеры

40. Комиксы

41. Научно-познавательная литература

42. Научно-популярная литература

43. Научно-художественная литература

44. Учебная литература

45. Энциклопедии, словари

- 46.Биографии
47.Публицистика
48.Другое (указать)

БЛОК ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Наименование (название) информационной продукции (ИП)	Сериал «Крик совы»
Название телеканала, на котором вышла программа	Х
Время и дата выхода в эфир (будни, выходные)	5 ноября 2013 г., время выхода 30 мин.
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	Ежедневно по будням с понедельника по четверг
Программа цикловая или разовая	сериал
Время в сетке вещания (по местному времени)	21 час.30 мин.
Тематика ИП	детектив
Краткое содержание ИП	Время действия 1957г.. В псковской области происходит серия дерзких преступлений.При ограблении магазина бандиты убивают двух сотрудников милиции итяжело ранят капитана Сиротина. В бреду после операции он начинает разговаривать по-немецки, о чем хирург сообщает в органы безопасности. Для выяснения обстоятельств в город приезжает сотрудник областного ГБ.
Характер художественного оформления ИП	Воспроизведена обстановка 50-х годов в провинциальном городке.

2. ЖАНР

Постановочный информационный продукт

1. Художественный, игровой фильм, телесериал Х
2. Телеспектакль, литературное чтение
3. Мультфильм, мультсериал
4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)
5. Музыкально-развлекательная программа
6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов
7. Детская программа

Непостановочный информационный продукт

7. Документальный фильм, сериал
8. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)
3. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
4. Спортивная программа
6. Реалити-шоу

Документальный с использованием игровых элементов

7. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
8. Познавательная программа (научно-популярная программа, культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)
9. Детская программа
10. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя
4. Меняющаяся X
5. Постоянная

3. Скорость предъявления звукоряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя X

4. Характеристика музыкального сопровождения:

1. Гармоничное X
2. Дисгармоничное
3. Мажорное
4. Минорное X
5. Трудно определить

Блок РАДИОВЕЩАНИЕ

Наименование (название) информационной продукции	
Название (полное) радиостанции, в эфире которой вышла программа	
Место выхода программы в	

эфир (страна, населенный пункт)	
Где слушали (населенный пункт)	
Уровень (зона) вещания радиостанции в соответствии с лицензией: - федеральный - межрегиональный - региональный (областной, краевой, республиканский) - локальный (местный)	
Территория распространения	
Время и дата выхода в эфир программы	
Периодичность выхода программы (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа цикловая или разовая	
Время в сетке вещания (утро, день, вечер) по местному времени	
Язык вещания:	
- русский	
- другой (укажите какой)	
Формат экспертируемой информационной продукции:	
1. Музыкальный (жанр музыки): - инструментальный - вокальный на русском языке - вокальный на иностранных языках - вокальный на языках народов России	
2. Разговорный: - новости - деловые новости - обзор событий - репортаж - тематическая передача - передача для детей	

- другое	
3. смешанный	
Тематика ИП	
Краткое содержание ИП	

Скорость предъявления звукоряда

Медленная

Быстрая

Средняя

Блок ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1.2	Название информационного продукта в сети Интернет	
	Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал, другое)	
	Адрес в сети Интернет (URL)	
	Размещение в сети Интернет (отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
	Ориентировочная посещаемость	
	Время создания\обновления (если возможно установить)	
	Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
	Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык,	

	искусственные языки, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)		
	Тематика		
	Содержание		
	Количество страниц		
1.3	Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции	да	нет
1.4	Доступ к информационной продукции после регистрации	да	нет

2	Определите тип информационного продукта в сети Интернет		
2.1	Веб-сайт, веб-страница 9. Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика) 10.Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт 11.Веб-сайт структурированной организации, мероприятия 12.Информационный веб-сайт 13.Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге 14.Личный веб-сайт (для личной самопрезентации) 15.Тематико-познавательный веб-сайт (научного, общественно-политического или иного специально-информационного характера) 16.Детский веб-сайт		
2.2	Блог, микроблог 9. Блог с информацией личного характера (публичный дневник) 10.Блог организации, мероприятия или продвижения продукта 11.Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера) 12.Блог новостного характера 13.Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией 14.Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)		

2.3 .	Форум 1. Общетематический форум 2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции) 3. Форум при веб-сайте для обсуждения и комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ) 4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества 5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)		
2.4 .	Социальная сеть 7. Страница с информацией личного характера (публичный дневник) 8. Страница организации, формализованной группы (например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта 9. Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая\закрытая) 10. Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения) 11. Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.) 12. Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой		
2.5 .	Хостинговый сервис		
	5. Общетематический фото- или видеохостинг 6. Узкотематический фото- или видеохостинг 7. Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции 8. Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами		
2.6 .	Интернет-магазин 11. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 12. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 13. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети узкоспециализированного характера с онлайн-		

	демонстрацией товаров 14.Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров 15.Интернет-аукцион 16.Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)		
--	---	--	--

Блок КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА

1. Однопользовательская игра
2. Многопользовательская игра
3. Многопользовательская ролевая игра

Название компьютерной игры

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория)

Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)

Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)

Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)

Тематика

Содержание

- **Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы.**

3.	Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы		
	Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	5 ноября 2013	
	Место проведения экспертизы	Москва	
	Экспертная организация	X	

	Постоянная 3. Скорость предъявления звуоряда Медленная Быстрая Средняя 4. Характеристика музыкального сопровождения: Дисгармоничное Гармоничное Минорное Мажорное 3. Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни). 4. Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).	+	
6.2	Эмоциональная характеристика восприятия преобладающая эмоция • позитивная, • нейтральная • негативная интенсивность эмоций, переживаемых персонажами • слабая • умеренная • сильная	+	
6.3	Количество основных героев (указать число) 3 и более Их распределение по типам персонажей реальный нереальный	+	
6.4	Наличие нравственной оценки автором происходящих событий, поведения персонажей	+	
6.5	Усвоение моральных норм, ценностей, этических представлений 1. Является ли поведение героев асоциальным или антисоциальным? 2. Выходит ли победителем герой, выполняющий моральные нормы? 3. Выходит ли победителем герой, нарушающий моральные нормы? 4. Привлекателен ли герой, нарушающий моральные нормы для зрителя?	+	+ + +

	5. Есть ли выбор между альтернативными моральными нормами (если герой следует одной норме, то при этом нарушает другую норму)? 6. Одобряется ли поведение героя при нарушении им моральных норм?	+	+
6.6	Анализ содержания (контента) информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка.	да	нет
6.6.1	Виды насилия • физическое • психологическое • сексуальное	+ +	
6.6.2	Демонстрация, изображение, описание жестокости: • Демонстрация, изображение, описание пыток, истязаний, мучений человека • Демонстрация, изображение, описание способов нанесения увечий человеку • Демонстрация, изображение, описание способов лишения жизни человека • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания животному • Демонстрация, изображение, описание надругательства над телами умерших людей и местами их захоронения	+ + + +	+ +
6.6.3	Демонстрация, изображение, описание насилия • Лишение жизни человека • Лишение жизни животного • Умышленное причинение вреда здоровью человека • Оскорбление и унижение достоинства человека • Натуралистическое изображение трупов людей • Натуралистическое изображение трупов животных • Натуралистическое изображение кровопролития людей • Натуралистическое изображение кровопролития животных • Жестокое избиение человека • Жестокое избиение животных	+ + + +	+ + + + + +
6.6.4	Степень воздействия насилия на ребенка зависит от того, каковы последствия агрессивного поведения персонажей, вознаграждается оно или наказывается:		
	8. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как адекватное, обоснованное?	+	

	9. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как вознаграждаемое? 10. Обоснована ли агрессия необходимостью спасения жизни людей, защиты от агрессора? 11. Терпит ли агрессор поражение? 12. Несет ли агрессор наказание за акт агрессии? 13. Совершается ли насилие положительным персонажем? 14. Носит ли изображение насилия выраженный натуралистический характер?	+	+
6.6.5	Насилие		
	1. Какими мотивами руководствуется герой, совершающий насилие: • эгоистическими, корыстными, мотивами мести • патриотическими, социальными, альтруистическими (защита Отечества, защиты слабого от агрессора)? 2. Является ли насилие одобряемой и поощряемой нормой поведения между героями? 3. Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов? 4. Поощряется ли агрессивное поведение и поступки героя?		+ + + + +
6.6.6	Дискредитация социальных институтов семьи	да	нет
	6. Отрицание института семьи, семейных ценностей 7. Отрицание значимости, дискредитация семьи 8. Принижение значимости семьи 9. Принижение значимости семьи, брака 10. Выраженное неуважение к родителям, старшим членам семьи, младшим членам семьи		+ + + + +
6.6.7	Формирование образа родителей и семьи 8. Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу? 9. Доверяют ли родители и дети друг другу? 10. Обманывают ли родители и дети друг друга? 11. Проявляют ли неуважение друг к другу? • дети к родителям, старшим членам семьи • родители, старшие члены семьи к детям • родители, старшие члены семьи друг к другу • дети друг к другу 12. Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (бьют, издеваются, унижают, плохо обращаются, используют оскорбительную лексику)? 13. Приходят ли на помощь друг другу члены семьи? 14.	+ + +	+ + + + + +
6.6.8	Формирование образа учителей и школы		

	6. Проявляют ли учителя и ученики взаимное уважение и доверие друг к другу? 7. Показан ли процесс обучения как социально и/или личностно значимая ценность? 8. Проявляют ли учителя и ученики неуважение друг к другу? 9. Обманывают ли учителя и ученики друг друга? 10. Проявляют ли учителя и ученики агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, плохо обращаются)?		
6.7	Представление информации, провоцирующей детей на следующие действия, потенциально опасные для их жизни и здоровья		
6.7.1	7. Суицидальное поведение (не путать с самопожертвованием!!!) 8. Членовредительство показано как социально одобряемое поведение 9. Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний 10. Использование веществ, опасных для жизни (взрывчатых, ядовитых, радиоактивных) в целях нанесения вреда кому-либо 11. Поощряемое участие в азартных играх 12. Действия, поощряющие и/или призывающие детей к потреблению веществ, товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья: • наркотические средства, • табачные изделия • алкогольная продукция (включая пиво)		+ + + + + + + +
6.7.2	Угрозы безопасности ребенка 2. Изображается ли высокорискованное поведение (то есть наносящее ущерб здоровью и/или приводящее к потере здоровья, а также представляющее угрозу жизни и/или безопасности ребенка, приводящее к потере благополучия, доброго имени, репутации)? 2. Поощряется ли такое поведение окружающими людьми? 3. Получает ли вознаграждение герой, демонстрирующий рискованное поведение? 4. Показываются ли детали рискованного поведения?	+	+ + +
6.8	Информация, поощряющая и/или призывающая детей к антиобщественным и/или противоправным действиям	да	нет

	f. Изображение участия ребёнка в сексуальных действиях		+

• **ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ(№436-ФЗ, ст.18, п.1.7)**

1) Экспертиза информационной продукции проведена 05 ноября 2013 г.
в г.Москва

2) Ф.И.О. Х, образование высшее, кандидат психол.наук, Психология, социология, более 15 лет,

3) Экспертиза информационной продукции для возрастной маркировки

4) Предоставлена видеозапись с 1 серией сериала.

5) Для проведения экспертизы после просмотра предоставленного материала:

- заполнен блок «Телевидение» для идентификации информационного продукта,
- определено жанрово-тематическое содержание продукта:
 - тематика продукта.
 - жанр продукта.
 - содержание продукта
 - характер художественного оформления продукта
- Даны ответы на вопросы раздела 6 «Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации» в соответствии с Инструкцией.
- Проведен анализ наличия и соотношения ответов «Да» и «Нет» по всем вопросам.

По результатам анализа сделан вывод о наличии в информационном продукте информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей возрастных категорий 6 -12 лет.

Представленный материал соответствует категории **Информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет в соответствии со статьей 10 ФЗ №436. и должна маркироваться знаком 16+., т.к. информационная продукция, содержит оправданные ее жанром и сюжетом**

- 1) изображение или описание несчастного случая, смерти **без натуралистического показа их последствий, которые могут вызывать у детей страх, ужас или панику;**
- 2) изображение или описание жестокости и насилия (за исключением сексуального насилия) **без натуралистического показа процесса лишения жизни или нанесения увечий при условии,**
 - что выражается в **сострадании к жертве и**
 - в **отрицательном, осуждающем отношении к жестокости, насилию** (за исключением насилия, применяемого в случаях защиты прав граждан и охраняемых законом интересов общества или государства);
- 3) отдельные бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани

3. Информационный продукт – радио

Блок Печать. Периодические печатные издания

Характеристики объекта	Информация об объекте	Нет информации
Объект - печатное издание в целом		
Полное наименование (название) печатного издания		
Форма периодического распространения массовой информации (газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание)		
Номер периодического печатного издания (год, месяц выпуска)		
Место выхода в свет		
Тираж		
Учредитель (соучредители), издатель		
Периодичность		
Язык		
Количество страниц		
Целевая аудитория (заявленная учредителем)		
Примерная тематика и (или) специализация (заявленная при регистрации СМИ)		
Объект - отдельная рубрика		
Название рубрики		

Периодичность ее появления в издании		
Объект - отдельная публикация		
Название публикации		
Номер периодического печатного издания или время выхода издания, в котором опубликован материал		
Автор (авторы) публикации		
Тематика		
Краткое содержание публикации		
Суть претензий к изданию, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ, предположительно имеющиеся в публикации)		

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Тип периодического издания

- 1.1. Газета
- 1.2. Журнал
- 1.3. Иное - указать

2. Территория распространения, локализация издания

- 1.1. Межгосударственное
- 1.2. Общероссийское
- 1.3. Территория конкретного субъекта Российской Федерации или группы субъектов Российской Федерации (республиканское, краевое, областное, другое)

1.4. Муниципальное (городское, районное, другое)

3. Характер иллюстрирования

5. Иллюстрированное издание

а) цветное

б) черно-белое

в) смешанный тип иллюстрирования

2. Неиллюстрированное издание

4. Жанр экспертируемой публикации

Журналистские жанры

25. Информационная заметка, хроника, анонс

26. Аналитическая статья, обзор, комментарий, корреспонденция, рецензия

27. Репортаж с места события

28. Интервью с героем

29. Очерк, рассказ о человеке, зарисовка

30. Письмо в редакцию

31. Расследование, фельетон

Беллетристические и развлекательные жанры

32. Анекдот, юмор, шутка, комикс

33. Игровые жанры (развивающие задания, кроссворды, игры и т.п.)

34. Рассказ, поучительная история, отрывок из литературного произведения

35. Стихи

36. Другое (указать) _____

Блок Печать. Книга

Объект - печатное издание в целом	
Полное название печатного издания	
Место выхода	
Тираж	
Учредитель, издатель, издательская группа	
Серия (если указана)	
Язык	
Количество страниц	
Целевая аудитория (заявленная издателем)	

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Вид издания

1. Книга (мягкий переплет, жесткий переплет)

2. Книжка-игрушка

3. Книжка-вырубка

4. Брошюра

2. Регион распространения

13. Международное

14. Общероссийское

15. Республиканское, краевое, областное

16. Городское

17. Районное

18. Другое (указать)

3. Характер иллюстрирования

6. Иллюстрированное издание

а) цветное

б) черно-белое

в) смешанный тип иллюстрирования

2. Не иллюстрированное издание

4. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни

2. Вымышленное, но правдоподобное

3. Вымышленное мифологическое пространство

4. Достоверность, качество, соответствие (для научно-познавательной литературы)

1. Жанр, тема экспертируемой публикации

49. Отечественная проза

50. Зарубежная проза

51. Поэзия

52. Драматургия

53. Сказка народная

54. Сказка авторская

55. Сказка фольклёрная

56. Исторический роман

57. Литература о природе

58. Научная фантастика

59. Фэнтези

60. Детектив

61. Юмористическое издание

62. Романы о любви

63. Триллеры

64. Комиксы

65. Научно-познавательная литература

66. Научно-популярная литература

67. Научно-художественная литература

68. Учебная литература

- 69.Энциклопедии, словари
- 70.Биографии
- 71.Публицистика
- 72.Другое (указать)

БЛОК 2 ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Наименование (название) информационной продукции (ИП)	
Название телеканала, на котором вышла программа	
Время и дата выхода в эфир (будни, выходные)	
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа цикловая или разовая	
Время в сетке вещания (по местному времени)	
Тематика ИП	
Краткое содержание ИП	
Характер художественного оформления ИП	

3. ЖАНР

Постановочный информационный продукт

1. Художественный, игровой фильм, телесериал
2. Телеспектакль, литературное чтение
3. Мультфильм, мультсериал
4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)
5. Музыкально-развлекательная программа
6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов
7. Детская программа

Непостановочный информационный продукт

15. Документальный фильм, сериал
16. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)
3. Социально-политическая программа (общественно-политическая,

публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)

4. Спортивная программа

7. Реалити-шоу

Документальный с использованием игровых элементов

17. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)

18. Познавательная программа (научно-популярная программа, культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)

19. Детская программа

20. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

1. Медленная

2. Быстрая

3. Средняя

4. Меняющаяся

5. Постоянная

3. Скорость предъявления звуоряда

1. Медленная

2. Быстрая

3. Средняя

4. Характеристика музыкального сопровождения:

1. Гармоничное

2. Дисгармоничное

3. Мажорное

4. Минорное

5. Трудно определить

Блок РАДИОВЕЩАНИЕ

Наименование (название) информационной продукции	Радиотеатр «ЦВетной
Название (полное) радиостанции, в эфире которой вышла программа	Х
Место выхода программы в эфир (страна, населенный пункт)	Россия, Москва
Где слушали (населенный пункт)	Москва
Уровень (зона) вещания	

радиостанции в соответствии с лицензией: - федеральный - межрегиональный - региональный (областной, краевой, республиканский) - локальный (местный)	X
Территория распространения	Россия
Время и дата выхода в эфир программы	12 часов, 4 ноября 2013
Периодичность выхода программы (ежедневно, еженедельно и т.д.)	Ежедневно
Программа цикловая или разовая	цикловая
Время в сетке вещания (утро, день, вечер) по местному времени	утро, день
Язык вещания:	
- русский	X
- другой (укажите какой)	
Формат экспертируемой информационной продукции:	
1. Музыкальный (жанр музыки): - инструментальный - вокальный на русском языке - вокальный на иностранных языках - вокальный на языках народов России	
2. Разговорный: - новости - деловые новости - обзор событий - репортаж - тематическая передача - передача для детей - другое	X
3. смешанный	
Тематика ИП	Радиоспектакль. Аркадий Гайдар «Дым в лесу»
Краткое содержание ИП	История Володьки из сто двадцать четвертой

	квартиры, отправившегося на поиски летчика Федосеева, потерпевшего аварию на лесом в результате диверсии немецких диверсантов.
--	--

Скорость предъявления звукоряда

Медленная

Быстрая

Средняя X

Блок ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1.2	Название информационного продукта в сети Интернет	
	Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал, другое)	
	Адрес в сети Интернет (URL)	
	Размещение в сети Интернет (отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
	Ориентировочная посещаемость	
	Время создания\обновления (если возможно установить)	
	Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
	Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, искусственные языки, комбинация двух или трех	

	вышеуказанных параметров)		
	Тематика		
	Содержание		
	Количество страниц		
1.3	Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции	да	нет
1.4	Доступ к информационной продукции после регистрации	да	нет

2	Определите тип информационного продукта в сети Интернет		
2.1	Веб-сайт, веб-страница 17.Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика) 18.Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт 19.Веб-сайт структурированной организации, мероприятия 20.Информационный веб-сайт 21.Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге 22.Личный веб-сайт (для личной самопрезентации) 23.Тематико-познавательный веб-сайт (научного, общественно-политического или иного специально-информационного характера) 24.Детский веб-сайт		
2.2	Блог, микроблог 17.Блог с информацией личного характера (публичный дневник) 18.Блог организации, мероприятия или продвижения продукта 19.Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера) 20.Блог новостного характера 21.Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией 22.Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)		
2.3	Форум 1. Общетематический форум		

	2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции) 3. Форум при веб-сайте для обсуждения и комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ) 4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества 5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)		
2.4 .	Социальная сеть 13.Страница с информацией личного характера (публичный дневник) 14.Страница организации, формализованной группы (например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта 15.Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая\закрытая) 16.Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения) 17.Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.) 18.Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой		
2.5 .	Хостинговый сервис		
	9. Общетематический фото- или видеохостинг 10.Узкотематический фото- или видеохостинг 11.Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции 12.Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами		
2.6 .	Интернет-магазин 21.Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 22.Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 23.Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети узкоспециализированного характера с онлайн-демонстрацией товаров 24.Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина		

	магазина\оффлайновой торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров 25.Интернет-аукцион 26.Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)		
--	--	--	--

Блок КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА

1. Однопользовательская игра
2. Многопользовательская игра
3. Многопользовательская ролевая игра

Название компьютерной игры

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория)

Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)

Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)

Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)

Тематика

Содержание

- **Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы.**

3.	Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы		
	Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)		
	Место проведения экспертизы		
	Экспертная организация		

	(название)	
	Эксперт (ФИО)	
	Образование	
	Специальность	
	Стаж работы по специальности	
	Ученая степень	
	Ученое звание	
	Место работы	
	Должность	

2. Модуль экспертно-методического сопровождения.

II	Вопросы, поставленные перед экспертами (указать без сокращений в полном объеме)
5.	Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы соответствующих типу и виду продукции

6	Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации	да	нет
6.1	Когнитивная характеристика 1. Адекватность когнитивной (познавательной) сложности информационного продукта возрасту ребенка: - до 6 лет – однозначность поведения и мотивации персонажей, соответствие мотивов, целей и средств их достижения, однозначно стабильная картина мира - от 6 до 12 – Возможны отдельные конфликты и несоответствия мотивов и поведения, отдельные факты непредсказуемости, случайности - 12-16 – Возможны многочисленные противоречия, неоднозначность мотивации героев, хаотичность поведения, возможны неоднократные проявления нестабильности, непредсказуемости, случайности в картине мира 2. Скорость предъявления видео ряда Медленная Быстрая Средняя Меняющаяся		

	Постоянная 3. Скорость предъявления звукоряда Медленная Быстрая Средняя 4. Характеристика музыкального сопровождения: Дисгармоничное Гармоничное Минорное Мажорное 5. Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни). 6. Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).		
6.2	Эмоциональная характеристика восприятия преобладающая эмоция • позитивная, • нейтральная • негативная интенсивность эмоций, переживаемых персонажами • слабая • умеренная • сильная		
6.3	Количество основных героев (указать число) Их распределение по типам персонажей реальный нереальный		
6.4	Наличие нравственной оценки автором происходящих событий, поведения персонажей		
6.5	Усвоение моральных норм, ценностей, этических представлений 1. Является ли поведение героев асоциальным или антисоциальным? 2. Выходит ли победителем герой, выполняющий моральные нормы? 3. Выходит ли победителем герой, нарушающий моральные нормы? 4. Привлекателен ли герой, нарушающий моральные нормы для зрителя?	+	+ + +

	5. Есть ли выбор между альтернативными моральными нормами (если герой следует одной норме, то при этом нарушает другую норму)? 6. Одобряется ли поведение героя при нарушении им моральных норм?		+
6.6	Анализ содержания (контента) информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка.	да	нет
6.6.1	Виды насилия • физическое • психологическое • сексуальное		
6.6.2	Демонстрация, изображение, описание жестокости: • Демонстрация, изображение, описание пыток, истязаний, мучений человека • Демонстрация, изображение, описание способов нанесения увечий человеку • Демонстрация, изображение, описание способов лишения жизни человека • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания животному • Демонстрация, изображение, описание надругательства над телами умерших людей и местами их захоронения		+ + + + + +
6.6.3	Демонстрация, изображение, описание насилия • Лишение жизни человека • Лишение жизни животного • Умышленное причинение вреда здоровью человека • Оскорбление и унижение достоинства человека • Натуралистическое изображение трупов людей • Натуралистическое изображение трупов животных • Натуралистическое изображение кровопролития людей • Натуралистическое изображение кровопролития животных • Жестокое избиение человека • Жестокое избиение животных		+
6.6.4	Степень воздействия насилия на ребенка зависит от того, каковы последствия агрессивного поведения персонажей, вознаграждается оно или наказывается:		
	15. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как адекватное, обоснованное?		+
	16. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как		+

	вознаграждаемое? 17.Обоснована ли агрессия необходимостью спасения жизни людей, защиты от агрессора? 18.Терпит ли агрессор поражение? 19.Несет ли агрессор наказание за акт агрессии? 20.Совершается ли насилие положительным персонажем? 21.Носит ли изображение насилия выраженный натуралистический характер?	+	+
6.6.5	Насилие		+
	1.Какими мотивами руководствуется герой, совершающий насилие: • эгоистическими, корыстными, мотивами мести • патриотическими, социальными, альтруистическими (защита Отечества, защиты слабого от агрессора)? 2. Является ли насилие одобряемой и поощряемой нормой поведения между героями? 3. Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов? 4. Поощряется ли агрессивное поведение и поступки героя?		+
6.6.6	Дискредитация социальных институтов семьи	да	нет
	11.Отрицание института семьи, семейных ценностей 12.Отрицание значимости, дискредитация семьи 13.Понижение значимости семьи 14.Понижение значимости семьи, брака 15.Выраженное неуважение к родителям, старшим членам семьи, младшим членам семьи		+ + + + +
6.6.7	Формирование образа родителей и семьи 15.Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу? 16.Доверяют ли родители и дети друг другу? 17.Обманывают ли родители и дети друг друга? 18.Проявляют ли неуважение друг к другу? • дети к родителям, старшим членам семьи • родители, старшие члены семьи к детям • родители, старшие члены семьи друг к другу • дети друг к другу 19.Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (бьют, издеваются, унижают, плохо обращаются, используют оскорбительную лексику)? 20.Приходят ли на помощь друг другу члены семьи? 21.	+ + +	+ + + + +
6.6.8	Формирование образа учителей и школы 11.Проявляют ли учителя и ученики взаимное уважение и		

	доверие друг к другу? 12.Показан ли процесс обучения как социально и/или личностно значимая ценность? 13.Проявляют ли учителя и ученики неуважение друг к другу? 14.Обманывают ли учителя и ученики друг друга? 15.Проявляют ли учителя и ученики агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, плохо обращаются)?		
6.7	Представление информации, провоцирующей детей на следующие действия, потенциально опасные для их жизни и здоровья		+
6.7.1	13.Суицидальное поведение (не путать с самопожертвованием!!!) 14.Членовредительство показано как социально одобряемое поведение 15.Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний 16.Использование веществ, опасных для жизни (взрывчатых, ядовитых, радиоактивных) в целях нанесения вреда кому-либо 17.Поощряемое участие в азартных играх 18.Действия, поощряющие и/или призывающие детей к потреблению веществ, товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья: • наркотические средства, • табачные изделия • алкогольная продукция (включая пиво)		+ + + + + + + +
6.7.2	Угрозы безопасности ребенка 4. Изображается ли высокорискованное поведение (то есть наносящее ущерб здоровью и/или приводящее к потере здоровья, а также представляющее угрозу жизни и/или безопасности ребенка, приводящее к потере благополучия, доброго имени, репутации)? 2. Поощряется ли такое поведение окружающими людьми? 3. Получает ли вознаграждение герой, демонстрирующий рискованное поведение? 4. Показываются ли детали рискованного поведения?	+ +	+
6.8	Информация, поощряющая и/или призывающая детей к антиобщественным и/или противоправным действиям	да	нет
	19.Занятие проституцией		+

	20.Бродяжничество 21.Попрошайничество 22.Совершение актов вандализма и надругательства над предметами религиозного культа 23.Совершение актов вандализма и надругательства над государственными символами. 24.Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ 25.Совершение действий, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц кража, грабёж, похищение детей, похищение взрослых людей, терроризм. экстремизм, любая незаконная дискриминация 26.Призыв к административно- и уголовно наказуемым деяниям 27.Романтизация и/или героизация ценностей криминального мира		+ + + + + + + + + + + + +
6.9	Одобрение употребления ненормативной лексики		
	9. Наличие бранных слов 10.Наличие вульгарных слов 11.Наличие нецензурных слов 12.Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными		+ + + +
6.11	Порнография		
	Информация порнографического характера - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного Детская порнография а. Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку либо персонажу, идентичному как несовершеннолетний ребенок, когда ребенок выступает объектом сексуального действия б. Изображение половых органов ребёнка либо персонажа, идентичного как несовершеннолетний ребенок, как объектов сексуальных действий с. Изображение участия ребёнка в сексуальных действиях		+ + +

--	--	--	--

• **ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ(№436-ФЗ, ст.18, п.1.7)**

1) Экспертиза информационной продукции проведена 04 ноября 2013 г.
в г.Москва

2) Ф.И.О. Х, образование высшее, кандидат психол.наук, Психология,
социология, более 15 лет,

3) Экспертиза информационной продукции для возрастной маркировки

4) Предоставлена видеозапись радиоспектакля «Дым в лесу»
А.Гайдара.

5) Для проведения экспертизы после прослушивания
предоставленного материала:

- заполнен блок «Радиовещание» для идентификации
информационного продукта,
- определено жанрово-тематическое содержание продукта:
 - тематика продукта.
 - жанр продукта.
 - содержание продукта
 - характер художественного оформления продукта
- Даны ответы на вопросы раздела 6 «**Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации**» в соответствии с Инструкцией.
- **Проведен анализ наличия и соотношения ответов «Да» и «Нет» по всем вопросам.**

По результатам анализа сделан вывод об отсутствии в информационном продукте информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, не достигших возраста шести лет

Представленный материал соответствует категории **в соответствии со статьей 7 ФЗ №436. и должна маркироваться знаком 0+, т.к. информационная продукция не содержит информацию, причиняющую вреда здоровью и развитию детей.**

4. Информационный продукт – Интернет

Блок Печать. Периодические печатные издания

Характеристики объекта	Информация об объекте	Нет информации
Объект - печатное издание в целом		
Полное наименование (название) печатного издания		
Форма периодического распространения массовой информации (газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание)		
Номер периодического печатного издания (год, месяц выпуска)		
Место выхода в свет		
Тираж		
Учредитель (соучредители), издатель		
Периодичность		
Язык		
Количество страниц		
Целевая аудитория (заявленная учредителем)		
Примерная тематика и (или) специализация (заявленная при регистрации СМИ)		
Объект - отдельная рубрика		
Название рубрики		
Периодичность ее появления в издании		
Объект - отдельная		

публикация		
Название публикации		
Номер периодического печатного издания или время выхода издания, в котором опубликован материал		
Автор (авторы) публикации		
Тематика		
Краткое содержание публикации		
Суть претензий к изданию, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ, предположительно имеющиеся в публикации)		

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Тип периодического издания

- 1.1. Газета
- 1.2. Журнал
- 1.3. Иное - указать

2. Территория распространения, локализация издания

- 1.1. Межгосударственное
- 1.2. Общероссийское
- 1.3. Территория конкретного субъекта Российской Федерации или группы субъектов Российской Федерации (республиканское, краевое, областное, другое)
- 1.4. Муниципальное (городское, районное, другое)

3. Характер иллюстрирования

7. Иллюстрированное издание
 - а) цветное
 - б) черно-белое
 - в) смешанный тип иллюстрирования
2. Неиллюстрированное издание

4. Жанр экспертируемой публикации

Журналистские жанры

37. Информационная заметка, хроника, анонс
38. Аналитическая статья, обзор, комментарий, корреспонденция, рецензия
39. Репортаж с места события
40. Интервью с героем
41. Очерк, рассказ о человеке, зарисовка
42. Письмо в редакцию
43. Расследование, фельетон

Беллетристические и развлекательные жанры

44. Анекдот, юмор, шутка, комикс
45. Игровые жанры (развивающие задания, кроссворды, игры и т.п.)
46. Рассказ, поучительная история, отрывок из литературного произведения
47. Стихи
48. Другое (указать) _____

Блок Печать. Книга

Объект - печатное издание в целом	
Полное название печатного издания	
Место выхода	
Тираж	
Учредитель, издатель, издательская группа	
Серия (если указана)	
Язык	
Количество страниц	
Целевая аудитория (заявленная издателем)	

Характеристики издания, к которому предъявляются претензии

1. Вид издания

1. Книга (мягкий переплет, жесткий переплет)
2. Книжка-игрушка
3. Книжка-вырубка
4. Брошюра

2. Регион распространения

19. Международное
20. Общероссийское
21. Республиканское, краевое, областное
22. Городское
23. Районное
24. Другое (указать)

3. Характер иллюстрирования

8. Иллюстрированное издание
 - а) цветное
 - б) черно-белое
 - в) смешанный тип иллюстрирования
2. Не иллюстрированное издание

4. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни
2. Вымышленное, но правдоподобное
3. Вымышленное мифологическое пространство
4. Достоверность, качество, соответствие (для научно-познавательной литературы)

1. Жанр, тема экспертируемой публикации

73. Отечественная проза
74. Зарубежная проза
75. Поэзия
76. Драматургия
77. Сказка народная
78. Сказка авторская
79. Сказка фольклёрная
80. Исторический роман
81. Литература о природе
82. Научная фантастика
83. Фэнтези
84. Детектив
85. Юмористическое издание
86. Романы о любви
87. Триллеры
88. Комиксы
89. Научно-познавательная литература
90. Научно-популярная литература
91. Научно-художественная литература
92. Учебная литература
93. Энциклопедии, словари
94. Биографии
95. Публицистика

96. Другое (указать)

БЛОК 2 ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Наименование (название) информационной продукции (ИП)	
Название телеканала, на котором вышла программа	
Время и дата выхода в эфир (будни, выходные)	
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа цикловая или разовая	
Время в сетке вещания (по местному времени)	
Тематика ИП	
Краткое содержание ИП	
Характер художественного оформления ИП	

5. ЖАНР

Постановочный информационный продукт

1. Художественный, игровой фильм, телесериал
2. Телеспектакль, литературное чтение
3. Мультфильм, мультсериал
4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)
5. Музыкально-развлекательная программа
6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов
7. Детская программа

Непостановочный информационный продукт

23. Документальный фильм, сериал
24. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)
3. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
4. Спортивная программа

8. Реалити-шоу

Документальный с использованием игровых элементов

27. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
28. Познавательная программа (научно-популярная программа, культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)
29. Детская программа
30. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя
4. Меняющаяся
5. Постоянная

3. Скорость предъявления звуоряда

1. Медленная
2. Быстрая
3. Средняя

4. Характеристика музыкального сопровождения:

1. Гармоничное
2. Дисгармоничное
3. Мажорное
4. Минорное
5. Трудно определить

Блок РАДИОВЕЩАНИЕ

Наименование (название) информационной продукции	Радиотеатр «ЦВетной
Название (полное) радиостанции, в эфире которой вышла программа	X
Место выхода программы в эфир (страна, населенный пункт)	Россия, Москва
Где слушали (населенный пункт)	Москва
Уровень (зона) вещания радиостанции в соответствии с лицензией: - федеральный	X

- межрегиональный - региональный (областной, краевой, республиканский) - локальный (местный)	
Территория распространения	Россия
Время и дата выхода в эфир программы	12 часов, 4 ноября 2013
Периодичность выхода программы (ежедневно, еженедельно и т.д.)	Ежедневно
Программа цикловая или разовая	цикловая
Время в сетке вещания (утро, день, вечер) по местному времени	утро, день
Язык вещания:	
- русский	X
- другой (укажите какой)	
Формат экспертируемой информационной продукции:	
1. Музыкальный (жанр музыки): - инструментальный - вокальный на русском языке - вокальный на иностранных языках - вокальный на языках народов России	
2. Разговорный: - новости - деловые новости - обзор событий - репортаж - тематическая передача - передача для детей - другое	X
3. смешанный	
Тематика ИП	Радиоспектакль. Аркадий Гайдар «Дым в лесу»
Краткое содержание ИП	История Володьки из сто двадцать четвертой квартиры, отправившегося на поиски летчика Федосеева, потерпевшего аварию на лесом в результате диверсии немецких диверсантов.

--	--

Скорость предъявления звукоряда

Медленная

Быстрая

Средняя X

Блок ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1.2	Название информационного продукта в сети Интернет	
	Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал, другое)	
	Адрес в сети Интернет (URL)	
	Размещение в сети Интернет (отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
	Ориентировочная посещаемость	
	Время создания\обновления (если возможно установить)	
	Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
	Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, искусственные языки, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)	
	Тематика	
	Содержание	

	Количество страниц		
1.3	Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции	да	нет
1.4	Доступ к информационной продукции после регистрации	да	нет

2	Определите тип информационного продукта в сети Интернет		
2.1	Веб-сайт, веб-страница 25. Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика) 26. Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт 27. Веб-сайт структурированной организации, мероприятия 28. Информационный веб-сайт 29. Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге 30. Личный веб-сайт (для личной самопрезентации) 31. Тематико-познавательный веб-сайт (научного, общественно-политического или иного специально-информационного характера) 32. Детский веб-сайт		
2.2	Блог, микроблог 25. Блог с информацией личного характера (публичный дневник) 26. Блог организации, мероприятия или продвижения продукта 27. Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера) 28. Блог новостного характера 29. Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией 30. Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)		
2.3	Форум 1. Общетематический форум 2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции) 3. Форум при веб-сайте для обсуждения и		

	комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ) 4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества 5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)		
2.4 .	Социальная сеть 19.Страница с информацией личного характера (публичный дневник) 20.Страница организации, формализованной группы (например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта 21.Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая\закрытая) 22.Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения) 23.Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.) 24.Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой		
2.5 .	Хостинговый сервис		
	13.Общетеμαатический фото- или видеохостинг 14.Узкотеμαатический фото- или видеохостинг 15.Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции 16.Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами		
2.6 .	Интернет-магазин 31.Интернет-магазин оффлайнового магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 32.Интернет-магазин без наличия оффлайнового магазина\оффлайновой торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 33.Интернет-магазин оффлайнового магазина или торговой сети узкоспециализированного характера сонлайн-демонстрацией товаров 34.Интернет-магазин без наличия оффлайнового магазина\оффлайновой торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров		

	35.Интернет-аукцион		
	36.Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)		

Блок КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА

1. Однопользовательская игра
2. Многопользовательская игра
3. Многопользовательская ролевая игра

Название компьютерной игры Angry Birds

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет <http://chrome.angrybirds.com/>

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория)

Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)

Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)

Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностраный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)

Тематика: игра-эмулятор.

Содержание: Цель игры: запускать «злых птичек» чтобы разрушить конструкции. По сути вариация на тему виртуальных городков с анимированными персонажами.

- **Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы.**

3.	Идентификация эксперта (экспертной организации) и условий проведения экспертизы	
	Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	14.11.13
	Место проведения экспертизы	Г. Москва
	Экспертная организация (название)	

	3. Скорость предъявления звукооряда Медленная Быстрая Средняя 4. Характеристика музыкального сопровождения: Дисгармоничное Гармоничное Минорное Мажорное 7. Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни). 8. Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).	+ + +	
6.2	Эмоциональная характеристика восприятия преобладающая эмоция • позитивная, • нейтральная • негативная интенсивность эмоций, переживаемых персонажами • слабая • умеренная • сильная	+ +	
6.3	Количество основных героев (указать число) Их распределение по типам персонажей реальный нереальный	9 +	
6.4	Наличие нравственной оценки автором происходящих событий, поведения персонажей		
6.5	Усвоение моральных норм, ценностей, этических представлений 1. Является ли поведение героев асоциальным или антисоциальным? 2. Выходит ли победителем герой, выполняющий моральные нормы? 3. Выходит ли победителем герой, нарушающий моральные нормы? 4. Привлекателен ли герой, нарушающий моральные нормы для зрителя? 5. Есть ли выбор между альтернативными моральными		+

	нормами (если герой следует одной норме, то при этом нарушает другую норму)? 6. Одобряется ли поведение героя при нарушении им моральных норм?		
6.6	Анализ содержания (контента) информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка.	да	нет
6.6.1	Виды насилия • физическое • психологическое • сексуальное		
6.6.2	Демонстрация, изображение, описание жестокости: • Демонстрация, изображение, описание пыток, истязаний, мучений человека • Демонстрация, изображение, описание способов нанесения увечий человеку • Демонстрация, изображение, описание способов лишения жизни человека • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку • Демонстрация, изображение, описание действий, причиняющих физические или психические страдания животному • Демонстрация, изображение, описание надругательства над телами умерших людей и местами их захоронения		+ + + + + +
6.6.3	Демонстрация, изображение, описание насилия • Лишение жизни человека • Лишение жизни животного • Умышленное причинение вреда здоровью человека • Оскорбление и унижение достоинства человека • Натуралистическое изображение трупов людей • Натуралистическое изображение трупов животных • Натуралистическое изображение кровопролития людей • Натуралистическое изображение кровопролития животных • Жестокое избиение человека • Жестокое избиение животных		+
6.6.4	Степень воздействия насилия на ребенка зависит от того, каковы последствия агрессивного поведения персонажей, вознаграждается оно или наказывается:		
	22. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как адекватное, обоснованное?		+
	23. Демонстрируется ли агрессивное поведение на экране как вознаграждаемое?		+

	24.Обоснована ли агрессия необходимостью спасения жизни людей, защиты от агрессора? 25.Терпит ли агрессор поражение? 26.Несет ли агрессор наказание за акт агрессии? 27.Совершается ли насилие положительным персонажем? 28.Носит ли изображение насилия выраженный натуралистический характер?		+
6.6.5	Насилие	+	
	1.Какими мотивами руководствуется герой, совершающий насилие: • эгоистическими, корыстными, мотивами мести • патриотическими, социальными, альтруистическими (защита Отечества, защиты слабого от агрессора)? 2. Является ли насилие одобряемой и поощряемой нормой поведения между героями? 3. Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов? 4. Поощряется ли агрессивное поведение и поступки героя?		
6.6.6	Дискредитация социальных институтов семьи	да	нет
	16.Отрицание института семьи, семейных ценностей 17.Отрицание значимости, дискредитация семьи 18.Принижение значимости семьи 19.Принижение значимости семьи, брака 20.Выраженное неуважение к родителям, старшим членам семьи, младшим членам семьи		+
6.6.7	Формирование образа родителей и семьи 22.Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу? 23.Доверяют ли родители и дети друг другу? 24.Обманывают ли родители и дети друг друга? 25.Проявляют ли неуважение друг к другу? • дети к родителям, старшим членам семьи • родители, старшие члены семьи к детям • родители, старшие члены семьи друг к другу • дети друг к другу 26.Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (бьют, издеваются, унижают, плохо обращаются, используют оскорбительную лексику)? 27.Приходят ли на помощь друг другу члены семьи? 28.		
6.6.8	Формирование образа учителей и школы 16.Проявляют ли учителя и ученики взаимное уважение и доверие друг к другу?		

	17.Показан ли процесс обучения как социально и/или личностно значимая ценность? 18.Проявляют ли учителя и ученики неуважение друг к другу? 19.Обманывают ли учителя и ученики друг друга? 20.Проявляют ли учителя и ученики агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, плохо обращаются)?		
6.7	Представление информации, провоцирующей детей на следующие действия, потенциально опасные для их жизни и здоровья		+
6.7.1	19.Суицидальное поведение (не путать с самопожертвованием!!!) 20.Членовредительство показано как социально одобряемое поведение 21.Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний 22.Использование веществ, опасных для жизни (взрывчатых, ядовитых, радиоактивных) в целях нанесения вреда кому-либо 23.Поощряемое участие в азартных играх 24.Действия, поощряющие и/или призывающие детей к потреблению веществ, товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья: • наркотические средства, • табачные изделия • алкогольная продукция (включая пиво)		+ + + + + + + +
6.7.2	Угрозы безопасности ребенка 6. Изображается ли высокорискованное поведение (то есть наносящее ущерб здоровью и/или приводящее к потере здоровья, а также представляющее угрозу жизни и/или безопасности ребенка, приводящее к потере благополучия, доброго имени, репутации)? 2. Поощряется ли такое поведение окружающими людьми? 3. Получает ли вознаграждение герой, демонстрирующий рискованное поведение? 4. Показываются ли детали рискованного поведения?	+ +	+
6.8	Информация, поощряющая и/или призывающая детей к антиобщественным и/или противоправным действиям	да	нет
	28.Занятие проституцией 29.Бродяжничество		+ +

	30. Попрошайничество 31. Совершение актов вандализма и надругательства над предметами религиозного культа 32. Совершение актов вандализма и надругательства над государственными символами. 33. Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ 34. Совершение действий, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц кража, грабёж, похищение детей, похищение взрослых людей, терроризм. экстремизм, любая незаконная дискриминация 35. Призыв к административно- и уголовно наказуемым деяниям 36. Романтизация и/или героизация ценностей криминального мира		+ + + + + + + + + + +
6.9	Одобрение употребления ненормативной лексики		
	13. Наличие бранных слов 14. Наличие вульгарных слов 15. Наличие нецензурных слов 16. Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными		+ + + +
6.11	Порнография		
	Информация порнографического характера - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного Детская порнография а. Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку либо персонажу, идентичному как несовершеннолетний ребенок, когда ребенок выступает объектом сексуального действия б. Изображение половых органов ребёнка либо персонажа, идентичного как несовершеннолетний ребенок, как объектов сексуальных действий с. Изображение участия ребёнка в сексуальных действиях		+ + +

• **ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ(№436-ФЗ, ст.18, п.1.7)**

1) Экспертиза информационной продукции проведена 14 ноября 2013 г.
в г.Москва

2) Макалатия А.Г. образование высшее, психолог, стаж работы 16 лет

3) Экспертиза информационной продукции для возрастной маркировки

4) Предоставлена книга А.Барто «Игрушки. Любимые стихи».

5) Для проведения экспертизы после ознакомления с предоставленным материалом:

- заполнен блок «Интернет» для идентификации информационного продукта,
- определено жанрово-тематическое содержание продукта:
 - тематика продукта.
 - жанр продукта.
 - содержание продукта
 - характер художественного оформления продукта
- Даны ответы на вопросы раздела 6 «Описание особенностей восприятия детьми определенной возрастной категории информации» в соответствии с Инструкцией.
- Проведен анализ наличия и соотношения ответов «Да» и «Нет» по всем вопросам.

По результатам анализа сделан вывод об отсутствии в информационном продукте информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, не достигших возраста шести лет

Представленный материал соответствует категории **в соответствии со статьей 7 ФЗ №436. и должна маркироваться знаком 0+, т.к. информационная продукция не содержит информацию, причиняющую вреда здоровью и развитию детей.**

Апробация методики проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций

1. Информационный продукт – ТЕЛЕВИДЕНИЕ

1. МОДУЛЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ информационной продукции в целях экспертизы в соответствии с Федеральным законом №436-ФЗ

ОБЪЕКТ ЭКСПЕРТИЗЫ (Федеральный закон № 436-ФЗ, ст. 6 – 2,1)

Вид информационной продукции (по способу распространения)

1. Печать: а) периодические печатные издания; б) непериодические печатные издания (книги).
2. Телевидение
3. Радио
4. Интернет
5. Компьютерные игры

Цель экспертизы - проверка соответствия маркировки информационной продукции критериям классификации информационной продукции, установленным Федеральным законом № 436-ФЗ.

БЛОК 2 ТЕЛЕВИДЕНИЕ (требуется корректировка позиций)

Наименование (название) информационной продукции (записать во второй колонке)	X
Время и дата выхода в эфир (будни, выходные),	
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	
Программа или разовая передача	
Место в сетке вещания (программе передач)	
Тематика	Защита слабых, защита Родины, борьба со злом, спасение друзей и близких, осознание того, что один в поле не воин.
Краткое содержание	Три героя отправляются в дальний путь с целью спасения государя всея Руси от злых чар антигероя. На их пути встречаются разные препятствия, с которыми приходится бороться, помогая друг другу. В свою очередь антигерой строит различные козни

	положительным персонажам, преследуя свою эгоистическую цель. В результате добро побеждает, и зло наказывает само себя.
Характер художественного оформления продукта	позитивный
Суть претензий к информационной продукции, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ, предположительно имеющиеся в продукции)	Определить, соответствует ли данный продукт возрастной категории от 6 +

7. ЖАНР

Постановочная (игровая) информационная продукция

1. Художественный, игровой фильм, телесериал
2. Телеспектакль, литературное чтение
3. **Мультфильм**, мультсериал
4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)
5. Музыкально-развлекательная программа
6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов
7. Детская программа

Непостановочная информационная продукция (Non-fiction)

31. Документальный фильм, сериал
32. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)
33. Спортивная программа
34. Реалити-шоу

Документальная с использованием игровых элементов (докудрама)

37. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
38. Познавательная программа (научно-популярная программа, культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)
39. Детская программа
40. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

- Медленная
- Быстрая
- Средняя**
- Меняющаяся
- Постоянная

3. Скорость предъявления звуоряда

- Медленная
- Быстрая
- Средняя**

4. Характеристика музыкального сопровождения:

Дисгармоничное - 2___ - 1___ 0___ **1**___ 2 Гармоничное

41. Уточняющие вопросы	Вполне	Отчасти	Нет
Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни).			
Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).	+		

42. Содержит ли информационная продукция натуралистические, с фиксированием внимания на деталях, анатомических подробностях и (или) физиологических процессах, изображение или описание	Содержит			Не содержит	Затрудняюсь с ответом
				+	

человека,
животного,
отдельных частей тела
человека и (или)
животного,
действия (бездействия),
события, явления,
их последствий

(п. 11 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ)					
--	--	--	--	--	--

П 11. «натуралистические изображение или описание - изображение или описание в любой форме и с использованием любых средств человека, животного, отдельных частей тела человека и (или) животного, действия (бездействия), события, явления, их последствий с фиксированием внимания на деталях, анатомических подробностях и (или) физиологических процессах».

Блок 3 РАДИОВЕЩАНИЕ (описать объект)

Блок 4 ИНТЕРНЕТ (описать объект)

Блок 5 КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА (описать объект)

Блок 5 ЗРЕЛИЩНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ (описать объект)

Блок 6 МОБИЛЬНЫЙ КОНТЕНТ (описать объект)

9. МОДУЛЬ ИНДЕНТИФИКАЦИИ ПРЕДМЕТА ЭКСПЕРТИЗЫ

2.1. Суть претензий к информационной продукции, адресованные эксперту

2.2. Особенности восприятия информационной продукции детьми определенной возрастной категории, которой она предназначена (статьи 2 - 2² Федерального закона № 436-ФЗ, п.2 части 2 ст. 6)

Предварительные замечания.

В значительной степени экспертиза особенностей восприятия информационной продукции, как это сформулировано в п.2 части 2 ст.6 Федерального закона, заведомо носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты. Поэтому ряд позиций возможно выяснить только методом анкетного опроса. При этом важно иметь в виду, что это касается только тех аспектов, которые существуют в экспертируемом тексте, поэтому часть вопросов может остаться без ответа.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

1. Тип творчества:

1. Журналистика
2. Беллетристика
3. Развлекательный контент (массовая культура)
- 4) Игры
4. Другое

2. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни
2. Вымышленное, но правдоподобное
3. Вымышленное мифологическое пространство

3. Визуальное оформление информационной продукции в целом

1. Светлый, радостный тон
2. Нейтральный тон
3. Мрачный, темный тон

4. Художественно-эстетические характеристики продукта (отметьте по шкале от +2 до – 2 (поставьте крестики в соответствующих графах)

	+2	+1	0 (нейтральная характеристика)	–1	–2	
Прекрасное	+					Безобразное
Возвышенное	+					Низменное
Гармоничное	+					Дисгармоничное

5. Наличие и характеристики юмора (если применимо к контенту)

Тип юмора:

1. Юмор
2. Ирония
3. Сарказм
5. Иное

6. Вид юмора

1. Интеллектуальный
2. Эротический
3. Политический
4. Иной тип

7. Характеристика информационной продукции

1. Оптимистическая
2. Комическая
3. Драматическая
4. Трагическая
5. Иная

6. Характеристика интенсивности информационного воздействия на сознание и поведение детей

1. наличие в информационной продукции отдельных эпизодов (1-2), содержащих информацию, способную причинить вред здоровью и развитию детей;
2. кратковременное описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
3. многоэпизодное (3 и более) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
4. продолжительное по времени (указать) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ И ИХ ПОВЕДЕНИЯ

1. Типы главных героев, персонажей

1. Реальные исторические персонажи (напр. Гай Юлий Цезарь, В.И. Чапаев)
2. Реальные современные персонажи (В.В. Познер, Валерия)
3. Художественные образы (Шерлок Холмс, Незнайка)
4. Нереальные, фантастические (эльфы, говорящие животные и т.п.)
5. Абстрактные (АВС)
6. Другое (записать)

2. Характеристики героев, персонажей

1. Преобладают положительные герои
2. Преобладают отрицательные персонажи
3. Преобладают нейтральные персонажи
4. Ситуация не ясна

3. Какова интенсивность эмоций, переживаемых персонажами?

1. Сильная
2. Умеренная
3. Слабая
4. Трудно определить

4. Побеждают

1. Положительные герои
2. Отрицательные персонажи
3. Нейтральные персонажи
4. Трудно определить

5. Модели поведения, характеристики главных персонажей разных типов

(поставьте крестики в соответствующих графах таблицы, если в контенте можно определить поведение персонажей)

Модели поведения	Реалистичные персонажи			Нереалистичные персонажи		
	Положительные	Нейтральные	Отрицательные	Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Мотивация поступков героев Альтруистическая				+		
Эгоистическая						
Группоцентрическая (ориентированная на ближний круг)						
Социоцентрическая (ориентированная на общество)				+		
Тип коммуникации Монолог						
Диалог						
Полилог (общение нескольких персонажей)						
Манипуляция						
Игровое общение				+		
Способ разрешения конфликта Конструктивный				+		
Деструктивный (конфликт сопровождается агрессией)						
Уход от конфликта						
Степень привлекательности образа персонажа Привлекательный				+		
Нейтральная характеристика						
Неприятный						
Вызывающий страх, ужас, испуг						
Вектор поведения, воздействия, общения						
Дружественный				+		
Отстраненно-						

нейтральный						
Враждебный						
Тип действий, к которым побуждается аудитория Созидательный, направленный на развитие						
Защитный, охранительный				+		
Агрессивный, деструктивный, жестокий						
Не содержит побудительных действий						
Наличие в тексте вербальных оценок персонажа Положительная				+		
Отрицательная						
Нет оценки						

6. Уточняющие вопросы о поведении персонажей в контексте моральных и нравственно-этических норм (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Соответствует ли поведение персонажей классическим культурным и этическим отечественным ценностям?	+		
Соответствует ли поведение персонажей общечеловеческим культурным и этическим ценностям?	+		
Имеет ли конечный успех персонаж, следующий моральным и нравственно-этическим нормам?	+		
Имеет ли конечный успех персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы?		+	
Привлекателен ли персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы, для потребителя информационной продукции?			+
Создает ли информационная продукция у ребенка установку на положительную оценку «героя» при следовании им в поведении моральным и нравственно-этическим нормам и отрицательную оценку при их нарушении	+		
Есть ли выбор между двумя моральными нормами (если выполняет одну норму, то при этом нарушает другую норму)?			
Вызывает ли поведение нарушителя моральной нормы желание подражать ему?			+
Стимулирует ли информационная продукция			+

формирование у ребенка установок на нарушение моральных и нравственно-этических норм?			
Выражается ли в информационной продукции идея торжества добра над злом? *	+		
Выражается ли в информационной продукции сострадание к жертве насилия, жестокости, аморальных и противоправных действий? *			
Выражается ли в информационной продукции осуждение насилия, жестокости, иных аморальных и противоправных поступков отрицательного героя? *	+		
Выражается ли в информационной продукции отрицательное, осуждающее отношение к отрицательным героям? *		+	

* См. статьи 7-11 Федерального закона № 436-ФЗ

7. Способствует ли информационная продукция разжиганию расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы? *(если это применимо к контенту, нужное подчеркнуть)*

Содержит ли информационная продукция следующие примеры, образцы поведения:	Да, вполне	Отчасти	Нет
уничижительный или отчуждающий язык, негативные стереотипы, насмешки, предубеждения в отношении - национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы			+
унижение достоинства персонажей по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, принадлежности к какой-либо социальной группе,			+
поиск врага в лице иной национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы			+
дискриминацию и (или) преследование по мотивам расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы			+
осквернение культурных и религиозных символов, предметов, зданий или сооружений с целью дискредитации и (или) осмеяния верований и идентичности другой расовой, национальной или религиозной группы			+

ОБЩЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ, ЦЕННОСТНО-НРАВСТВЕННОЕ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ, НАЛИЧИЕ НРАВСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ, ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

1. Содействует ли информационная продукция в целом воспитанию и усвоению целевой аудиторией следующих норм, ценностей, этических представлений, соответствующих нравственным гуманистическим идеалам? *(если это применимо к данному контенту)*

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет	Скорее
-------------------------	--------------------	----------------	------------	---------------

				пропагандирует противоположные ценности
Ценность семьи, уважение к родителям, старшим	+			
Патриотизм, любовь к отечеству	+			
Нормы правомерного (законопослушного) поведения			+	
Ценности образования, познания, расширения кругозора, саморазвития			+	
Культурно-эстетические ценности			+	
Ценности трудовой и иной социально позитивной деятельности	+			
Нравственно-этические нормы поведения	+			

3. Развитие гражданской российской идентичности (если это применимо к данному контенту) *Развитие гражданской российской идентичности*

Содействует ли информационная продукция?	Да, вполне	Отчаст и	Нет
Неправильному представлению о территории и границах России в информационном продукте			+
Искажению смысла и значения основных исторических событий развития государственности и общества России			+
Формированию уничижительного, пренебрежительного отношения к своей стране, ее ценностям, культурным и историческим памятникам, дискредитирует достижения истории и культуры России			+
Дезориентации в правовом пространстве государственно-общественных отношений; основных правах и обязанностях гражданина			+
Развитию гражданской активности ребенка сообразно возрастному статусу и возможностям (участие в общественной жизни, школьном самоуправлении в пределах возрастных компетенций, в детских и молодежных общественных организациях)	+		
Одобрению за выполнение норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика			
Стимулированию потребительского, хищнического отношения к природе			+
Искаженному представлению о здоровом образе жизни и его значимости, пропаганде экстремального поведения, сопряженного с риском для здоровья и жизни человека			+

4. Развитие творческих способностей детей и подростков

<i>Содействует ли информационная продукция?</i>	Впол не	Отчасти	Нет
Повышению любознательности, развитию исследовательских способностей, широкому кругозору	+		
Развитию творческих способностей и интересов, креативной активности	+		
Развитию способностей к творческому личностному и профессиональному самоопределению	+		

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ ЭКСПЕРТИЗЫ ПО ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫМ АСПЕКТАМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Адекватно ли, по Вашему мнению, содержание и форма информационной продукции возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории данного издания?

1. **Вполне**
2. Отчасти
3. Нет

2. Какова преобладающая направленность информационной продукции с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию?

1. **Позитивная**
2. Нейтральная
3. Негативная

2.3. АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ (КОНТЕНТА) ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАЛИЧИЯ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА (ФЗ, ст.5 части 2, 3)

2.3.1 ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ,
ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ УГРОЗУ ИХ ЖИЗНИ И (ИЛИ) ЗДОРОВЬЮ (ФЗ, СТ.5, часть 2
п. 1)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отче т- ливо выра жена	Присут- ствует в качеств е побочно й, фоново й	Нет этой тем ы	Одобр я-ется	Не одобр яется	Нейтр а- льное отно- шение
Описание и(или) изображение актов			+			

самоубийства, попытки самоубийства и ратуристическая демонстрация их последствий						
Описание и(или) изображение актов членовредительства (включая пирсинг, нанесение татуировок и иные виды нарушения целостности тканей и органов)			+			
Пропаганда искусственного прерывания беременности			+			
Информация, провоцирующая ребенка к нарушению правил безопасного пользования транспортными средствами и иными источниками повышенной опасности			+			
Информация, провоцирующая детей к использованию предметов опасными для жизни и здоровья способами, не предусмотренными инструкцией			+			
Демонстрация экстремальных видов деятельности без предупреждения о необходимости соблюдения определенных мер безопасности			+			
Демонстрация поведения, опасного для жизни и здоровья ребенка (игра с огнем, немотивированный прием лекарственных средств и т.п.)			+			
Демонстрация или пропаганда приема алкогольной и спиртосодержащей продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе			+			
Демонстрация пропаганда курения табака			+			
Пропаганда курения табака			+			
Информация, провоцирующая детей к играм и развлечениям в потенциально опасных для жизни и здоровья местах (на стройплощадке, на краю обрыва, у воды, у горящего костра и т.п.).			+			
Участие в азартных играх			+			
Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования ядовитых и отравляющих веществ, местах их приобретения и сбыта			+			
Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования взрывчатых средств и взрывных устройств, местах их			+			

приобретения и сбыта						
----------------------	--	--	--	--	--	--

2.3.2. ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К ПОТРЕБЛЕНИЮ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ИЛИ ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ (ФЗ, СТ.5, часть 2 п.

ТАКОЙ ТЕМЫ В ДАННОМ МУЛЬТФИЛЬМЕ НЕТ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Распространение сведений о:						
– свойствах разных видов наркотических средств и их аналогов						
– способах и методах разработки и изготовления наркотических средств						
– местах приобретения и сбыта наркотических средств						
– сбытках наркотических средств						
– способах использования наркотических средств						
– преимуществах немедицинского потребления отдельных наркотических средств и их аналогов						
– действующих расценках на наркотические средства						
– местах произрастания наркотиков растительного происхождения (галлюциногенных грибов, опийного мака, конопли)						
– положительном эффекте употребления наркотиков (без						

назначения врача)						
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским (без назначения врача) потреблением наркотических средств						
Распространение сведений о:						
– свойствах разных видов психотропных веществ						
– способах и методах разработки и изготовления психотропных веществ						
– местах приобретения и сбыта психотропных веществ						
– сбытчиках психотропных веществ						
– способах использования психотропных веществ						
– преимуществах немедицинского потребления отдельных психотропных веществ						
– действующих расценках на психотропные вещества						
– положительном эффекте употребления психотропных веществ (без назначения врача)						
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским потреблением психотропных веществ						
Скрытые формы пропаганды потребления наркотических средств и психотропных веществ:						
под видом просвещения населения						
под видом просвещения несовершеннолетних и молодежи						
под видом разрешенной рекламы в медицинских целях						
с использованием ссылок на знаменитых людей, употреблявших или употребляющих наркотики для более полной реализации своего таланта и способностей						

2.3.3. УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О КОНТЕНТЕ, СВЯЗАННОМ С УГРОЗОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕБЕНКА (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Описывается, изображается ли поведение, представляющее угрозу жизни, здоровью, безопасности ребенка?			+
Поощряется ли такое поведение окружающими людьми?			+
Получает ли позитивное вознаграждение (достигает ли успешности) герой, демонстрирующий рискованное поведение?			+
Описываются, показываются ли детали рискованного поведения?			+
Может ли вызвать такое поведение у потребителя информационной продукции чувство страха, ужаса, тревоги, дискомфорта			+
Способно ли вызывает ли такое поведение у аудитории желание подражать ?			+

3.2 ИНФОРМАЦИЯ, ПООЩРЯЮЩАЯ ИЛИ ПРИЗЫВАЮЩАЯ ДЕТЕЙ НА АНТИОБЩЕСТВЕННЫЕ И (ИЛИ) ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ФЗ, СТ. 5 часть 2 п. 6)

НЕТ ЭТОЙ ТЕМЫ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Раннее вступление в сексуальные отношения, в том числе со сверстниками						
Раннее вступление в сексуальные отношения со взрослыми						
Сексуализированное поведение и сексуализированные действия						
Бродяжничество						
Попрошайничество						
Совершение актов вандализма и надругательства над предметами, знаково-опознавательными атрибутами и символами религиозного культа						
Совершение актов вандализма и						

надругательства над общенациональными культурно-историческими ценностями						
Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ, взрывчатых или ядовитых веществ, оружия						
Совершение преступлений и иных деяний, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц (грабёж, кража, киднепинг, терроризм, экстремизм, социальная дискриминация, применение насилия, оскорбление и унижение)						
Провокация детей на уголовно наказуемые деяния						
Пропаганда обычаев криминального мира						
Пропаганда гомосексуализма, эксгибиционизма и иных сексуальных девиаций						
Пропаганда порнографии						
Пропаганда детской эротики						
Пропаганда проституции						

3.3. ИНФОРМАЦИЯ, ОБОСНОВЫВАЮЩАЯ ИЛИ ОПРАВДЫВАЮЩАЯ ДОПУСТИМОСТЬ НАСИЛИЯ И (ИЛИ) ЖЕСТОКОСТИ, ЛИБО ПОБЕЖДАЮЩАЯ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ ИЛИ ЖИВОТНЫМ (ФЗ, СТ.5, 2-3)

ТАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

Тип насилия, демонстрируемый контентом

1. Реальное
2. Воспринимаемое как реальное (расшифровать)
3. Символическое
4. Трудно определить

Виды насилия

1. Физическое
2. Психологическое
3. Социальное (расшифровать)
4. Сексуальное
5. С применением огнестрельного (холодного) оружия
6. Иное
7. Трудно определить

ДЕМОНСТРАЦИЯ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Демонстрация жестокости			+			
Описание, изображение пыток, истязаний, мучений над человеком			+			
Глумление над жертвой, т.е. причинение жертве дополнительных страданий			+			
Демонстрация, описание способов нанесения увечий		+				
Демонстрация способов лишения жизни		+				
Демонстрация, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку, животному, иному одухотворенному персонажу		+				
Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения			+			
Демонстрация насилия						
Лишение жизни человека или животного			+			
Умышленное причинение вреда здоровью человека		+				
Неумышленное причинение вреда здоровью			+			
Умышленное оскорбление и унижение достоинства человека			+			
Неумышленное нанесение обиды		+				
Натуралистическое изображение трупов или их частей или следов кровопролития			+			
Натуралистическое изображение следов кровопролития			+			
Символическое изображение смерти или трупов или их частей			+			
Беспощадное избиение человека			+			
Символическое изображение следов кровопролития			+			
Издевательство над животным			+			

<i>Пропаганда насилия и жестокости*</i>			+			
---	--	--	---	--	--	--

*распространение информации, направленное на формирование в сознании детей установок и (или) стереотипов агрессивного, насильственного поведения либо имеющее целью побудить или побуждающее их к актам противоправного насилия и (или) жестокого обращения с человеком или животным, в том числе путем романтизации или героизации насилия и жестокости, их оправдания, восхваления или представления как нормы поведения либо в качестве приемлемого и (или) предпочтительного способа разрешения конфликтов и жизненных проблем.

УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О ПОВЕДЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ В СИТУАЦИИ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Представляется ли насилие и жестокость правомерным и эффективным средством решения проблем			+
Презентируется ли насилие и жестокость как естественный атрибут обычной жизни, неременное условие существования человека			+
Представляется ли агрессивное поведение как «престижное», как маркер мужественности			+
Демонстрируется ли агрессивное поведение как адекватное, обоснованное?		+	
Демонстрируется ли агрессивное поведение как вознаграждаемое?		+	
Обоснована ли агрессия необходимостью спасения людей, защиты от агрессора?	+		
Терпит ли агрессор поражение, несет ли наказание?			+
Несет ли агрессор наказание за свою агрессию?			+
Совершается ли насилие положительным персонажем?	+		
Носит ли изображение или описание насилия излишне натуралистический характер?			+
Может ли вызвать у аудитории агрессивное поведение стремление подражать ему?			+
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, патриотическими, альтруистическими мотивами (защита Родины, защиты слабого от агрессора)?	+		
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, личными, семейными мотивами?	+		
Адекватно ли насилие, совершаемое героем, значимости его цели и присутствуют ли иные способы достижения той же цели?	+		
Является ли насилие одобряемой, поощряемой нормой поведения между персонажами?			+
Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов?			+
Проявляется ли привлекательность образа персонажа в агрессивных действиях?		+	
Носит ли применение оружия при совершении			+

насилия инструктивный (обучающий) характер			
--	--	--	--

**3.4. ИНФОРМАЦИЯ, ОТРИЦАЮЩАЯ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И
ФОРМИРУЮЩАЯ ОТНОШЕНИЕ К РОДИТЕЛЯМ И (ИЛИ) ДРУГИМ
ЧЛЕНАМ СЕМЬИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 4)**

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отче- ливо выра- жена	Присут- ствует в качеств е побочно й, фоново й	Нет этой тем ы	Одобр я-ется	Не одоб ряет ся	Нейтр а- льное отно- шение
Отрицание или принижение ценности социальных институтов семьи, устойчивого брака, дискредитация семьи						+
Искажение ориентации и установок в брачно-семейной сфере (пропаганда внесемейных отношений, измены, нетрадиционные формы взаимоотношений полов и т.п.)			+			
Неуважение к родителям, старшим членам семьи, несущим функцию семейного воспитания, младшим членам семьи			+			
Непослушание, девиантное поведение, вопреки требованиям родителей (опекунов)?			+			

Уточняющие вопросы о формировании контентом образа родителей и семьи, учителей и школы (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Формирование образа родителей и семьи			
Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу?	+		
Доверяют ли родители и дети друг другу?			+
Обманывают ли родители и дети друг друга?			+
Проявляют ли члены семьи неуважение друг к другу (дети к родителям, родители к детям, родители между собой, дети между собой)?			+
Проявляют ли члены семьи агрессию по отношению друг к другу (бьют, унижают, используют оскорбительную лексику)?			
Приходят ли члены семьи на помощь друг другу?	+		

Демонстрируются ли сексуальные контакты родителей в присутствии детей?			+
Формирование образа учителей и школы			
Присутствует ли принижение статуса учителя?			
Обманывают ли учителя и ученики друг друга?			
Проявляют ли неуважение друг к другу?			
Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, оскорбляют, плохо обращаются)?			
Способствует ли данная информационная продукция желанию ребенка ходить в школу?			
Совершают ли учителя противоправные действия (правонарушения или преступления)?			
Совершают ли ученики, оставшиеся безнаказанными, противоправные действия (правонарушения или преступления)?			
Испытывает ли персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			
Испытывает персонаж-ребенок негативное отношение к школе?			

3.5. УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 6)

Употребление ненормативной лексики	Да	Нет
Наличие нецензурных слов и выражений (матерных – по словарям ненормативной лексики) вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		+
Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		+
Наличие бранных слов (имеющих в толковых словарях такую помету и используемых в бранной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка)		+
Наличие вульгарных, жаргонных, экспрессивно-просторечных (имеющих такие словарные пометы) как речевых характеристик персонажей или как средств сюжетной выразительности		+

3.6. ИНФОРМАЦИЯ ПОРНОГРАФИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА¹ (ФЗ, СТ.5, 2-7)

НЕТ ЭТОЙ ТЕМЫ

Варианты ответов	Степень	Оценочное отношение
------------------	---------	---------------------

¹ **Информация порнографического характера** - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного (ФЗ, ст. 2-8).

	выраженности темы в контенте					
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Порнография						
Натуралистические изображение или описание действий сексуального характера						
Натуралистические изображение или описание имитации действий сексуального характера						
Изображение или описание половых органов						
Изображение или детальное описание участия в сексуальном поведении						
Затушеванное или подразумеваемое изображение половых актов						
Секстинг (самостоятельная публикация собственных изображений сексуализированного характера) (для Интернета)						
Детская порнография						
Изображение или описание ребенка, совершающего действия сексуального характера						
Изображение или описание ребенка, имитирующего действия сексуального характера						
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера						
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера						
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием анимации и электронной техники) образа ребенка, совершающего действия сексуального характера,						
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием						

анимации и электронной техники) образа ребенка, участвующего в совершении действий сексуального характера,						
Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку, в том числе в «личном пространстве» ребёнка						
Изображение половых органов ребёнка в сексуальных целях						
Использование детей или лиц похожих на детей в эротических изображениях						

**3.6.ИНФОРМАЦИЯ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОТОРОЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ
ОПРЕДЕЛЕННЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ ОГРАНИЧЕНО, (ФЗ, СТ.5, ЧАСТЬ 3
П. 2)**

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отче- т- ливо выра- жена	Присут- ствует в качеств е побочно й, фоново й	Нет этой тем ы	Одобр я-ется	Не одоб ряет ся	Нейтра- льное отно- шение
вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;			+			
представляемая в виде изображения или описания преступления или иного антиобщественного действия (не содержащих элементов провокации или пропаганды)			+			
представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной (за исключением действий сексуального характера);			+			

3 МОДУЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЭКСПЕРТНО-МЕТОДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ²

Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы, соответствующих типу и виду продукции.

4. МОДУЛЬ: ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТА

По результатам целостной оценки информационного продукта и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории зрителей

1. Соответствует

2. Не соответствует

Мультфильм *X* не содержит информации, запрещенной в статье 5 ФЗ для распространения среди детей, а также информации, распространение которой среди детей определенных возрастных категорий ограничено.

Данный мультфильм в целом оказывает положительное воспитательное воздействие на ребенка. Содержит оправданные жанром и сюжетом эпизодические, ненатуралистические изображения физического насилия (исключая сексуальное), обоснованное необходимостью спасения людей, защиты Родины от агрессора. Показана победа добра над злом, завоеванная совместными усилиями (один в поле не воин), но при этом в конце делается акцент на том, что зло не исчезает и надо быть начеку. Способствует усвоению семейных ценностей, любви, взаимовыручке в трудных ситуациях (несмотря на небольшие внутрисемейные разногласия). Учит любить и защищать свою Родину. Способствует повышению любознательности, поиску выхода из сложных ситуаций.

Маркировка данного продукта завышена.

В целом по содержательным характеристикам данный мультфильм может маркироваться 0+

Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	02.11.2013
Место проведения экспертизы	МГУ, факультет психологии
Экспертная организация (название)	МГУ
Эксперт (ФИО)	Тетик Л.В.
Образование	Высшее
Специальность	Психолог, преподаватель психологии
Стаж работы по специальности	11 лет
Ученая степень	-
Ученое звание	-
Место работы	МГУ
Должность	Преподаватель

Подпись

1. МОДУЛЬ ОПИСАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА как объекта экспертизы в соответствии с ФЗ №436-ФЗ от 29.12.2-10 г. ОБЪЕКТ ЭКСПЕРТИЗЫ (ФЗ, ст. 6 – 2,1)

Вид информационного продукта

7. Печать: а) периодические издания; б) книги.

8. Телевидение

9. Радио

10. Интернет

11. Компьютерная игра

12. Зрелищные мероприятия

13. Мобильный контент

Видовые блоки описания информационного продукта

Блок «ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ»

Объект	Информация об объекте (записать)
Название информационного продукта	Х канал ТНТ
Время и дата (будни, выходные)	Будни 19.30
Периодичность выхода (ежедневно, еженедельно и т.д.)	ежедневно
Цикловая или разовая передача	цикловая
Место в сетке программ	Прайм-тайм
Тематика	Юмористический сериал на медицинскую тему
Краткое содержание	Отношение между опытными и молодыми врачами.
Характер художественного оформления продукта	сериал

8. ЖАНР

Постановочный информационный продукт

1. Художественный, игровой фильм, телесериал

2. Телеспектакль, литературное чтение

3. Мультфильм, мультсериал

4. Развлекательная программы (игра, юмористическая программа, развлекательное ток-шоу)

5. Музыкально-развлекательная программа

6. Программы классической музыки, трансляция опер и балетов

7. Детская программа

Непостановочный информационный продукт

35. Документальный фильм, сериал

36. Информационная программа (новости, информационно-аналитическая программа, комментарий)

3. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)

4. Спортивная программа

9. Реалити-шоу

Документальная с использованием игровых элементов

- 43. Социально-политическая программа (общественно-политическая, публицистическая программа, ток-шоу социально-политического содержания и т.п.)
- 44. Познавательная программа (научно-популярная программа,
- 45. культурно-просветительская программа, телевизионная лекция)
- 46. Детская программа
- 47. Другое

2. Скорость предъявления видеоряда

- 1. Медленная
- 2. Быстрая
- 3. **Средняя**
- 4. Меняющаяся

5. Постоянная

3. Скорость предъявления звуоряда

- 1. Медленная
- 2. Быстрая

3. Средняя

4. Характеристика музыкального сопровождения:

1. Гармоничное

- 2. Дисгармоничное
- 3. Трудно определить
- 1. Мажорное
- 2. Минорное

3. Разное

Блок «ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

Объект	Информация об объекте (записать)
Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал) другое	
Адрес в сети Интернет (URL)	
Размещение в сети Интернет (отдельный информационный продукт (часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
Ориентировочная посещаемость	
Время создания\обновления (если возможно установить)	
Преимущественная ориентированность (целевая	

аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)	
Тематика	
Содержание	
Количество страниц	
Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции (да, нет)	
Доступ к информационной продукции после регистрации (да, нет)	

Тип информационного продукта в сети Интернет

Веб-сайт, веб-страница

33. Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика)
34. Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт
35. Веб-сайт структурированной организации, мероприятия
36. Информационный веб-сайт
37. Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге
38. Личный веб-сайт (для личной самопрезентации)
39. Тематико-познавательный веб-сайт (научного, общественно-политического или иного специально-информационного характера)
40. Детский веб-сайт

Блог, микроблог

37. Блог с информацией личного характера (публичный дневник)
38. Блог организации, мероприятия или продвижения продукта
39. Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера)
40. Блог новостного характера
41. Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией
42. Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)

Форум

1. Общетематический форум
2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции)
3. Форум при веб-сайте для обсуждения и комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ)
4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества
5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)

Социальная сеть

25. Страница с информацией личного характера (публичный дневник)
26. Страница организации, формализованной группы (например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта
27. Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая/закрытая)

28. Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения)
29. Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)
30. Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой

Хостинговый сервис

17. Общетематический фото- или видеохостинг
18. Узкотематический фото- или видеохостинг
19. Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции
20. Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами

Интернет-магазин

48. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией
49. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией
50. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети узкоспециализированного характера с онлайн-демонстрацией товаров
51. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров
52. Интернет-аукцион
53. Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)

Блок «КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА»

Объект	Информация об объекте (записать)
Название компьютерной игры	
Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет	
Размещение в сети Интернет (если применимо) (отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	
Ориентировочная посещаемость (аудитория)	
Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)	
Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	
Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)	
Тематика	
Содержание	

Тип игры

1. Однопользовательская игра
2. Многопользовательская игра
3. Многопользовательская ролевая игра

10. МОДУЛЬ ИНДЕНТИФИКАЦИИ ПРЕДМЕТА ЭКСПЕРТИЗЫ

2.1. ПОЛНОЕ ОПИСАНИЕ ВОПРОСОВ К ЭКСПЕРТУ

2.2. ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА ПРИ УЧЕТЕ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА ДЕТЬМИ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ (ФЗ, ст. 2 – 2,2)

Предварительные замечания.

В значительной степени экспертиза особенностей восприятия информационного продукта, как это сформулировано в ст.6, п.2-2 Федерального закона, заведомо носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты. Поэтому ряд позиций возможно выяснить только анкетно-вопросным методом. При этом важно иметь в виду, что это касается только тех аспектов, которые существуют в экспертируемом тексте, поэтому часть вопросов может остаться без ответа.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

2. Тип творчества:

- 1.Журналистика
- 2.Беллетристика

3.Развлекательный контент (массовая культура, включая игры)

4. Дискуссия\общение
5. Другое

2. Способ отображения (культурное пространство событий)

- 1.Пространство реальной жизни

2.Вымышленное, но правдоподобное

3. Вымышленное мифологическое пространство

3. Визуальное оформление информационного продукта в целом

4. Светлый, радостный тон

5. Нейтральный
6. Мрачный, темный

4. Художественно-эстетические характеристики продукта (отметьте по шкале от +2 до – 2 (поставьте крестики в соответствующих графах)

	+2	+1	0 (нейтральная характеристика)	–1	–2	
Прекрасное			X			Безобразное
Возвышенное			X			Низменное

Гармоничное		X				Дисгармоничное
-------------	--	---	--	--	--	----------------

5. Наличие и характеристики юмора (если применимо к контенту)

Тип юмора:

1. Юмор

2. Ирония

3. Сарказм

5. Иное

6. Вид юмора

1. Интеллектуальный

2. Эротический

3. Политический

4. Иной тип

7. Характеристика информационного продукта

1. Оптимистический

2. Комический

3. Драматический

4. Трагический

5. Наблюдающий, фиксирующий события

6. Иной

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ И ИХ ПОВЕДЕНИЯ

1. Типы главных героев, персонажей, образов

7. Реальные исторические персонажи (напр. Гай Юлий Цезарь, В.И. Чапаев)

8. Реальные современные персонажи (В.В. Познер, Валерия)

9. Художественные образы (Шерлок Холмс, Незнайка)

10. Нереальные, фантастические (эльфы, говорящие животные и т.п.)

11. Абстрактные (АВС)

12. Другое (записать)

2. Характеристики героев, персонажей

5. Преобладают положительные герои

6. Преобладают отрицательные персонажи

7. Преобладают нейтральные персонажи

8. Ситуация не ясна

9. Преобладают сложные персонажи

3. Какова интенсивность эмоций, переживаемых персонажами?

5. Сильная

6. Умеренная

7. Слабая

8. Трудно определить

4. В конечном итоге побеждают

1. Положительные герои

2. Отрицательные персонажи

3. Нейтральные персонажи

4. Трудно определить

5. Модели поведения, характеристики *главных персонажей разных типов* (поставьте крестики в соответствующих графах таблицы, если в контенте можно определить поведение персонажей)

Модели поведения	Реалистичные персонажи			Нереалистичные персонажи		
	Положительные	Нейтральные	Отрицательные	Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Мотивация поступков героев Альтруистическая	X	X	X			
Эгоистическая	X	X	X			
Группоцентрическая (ориентированная на ближний круг)	X	X	X			
Социоцентрическая (ориентированная на общество)	X	X	X			
Тип коммуникации Монолог						
Диалог	X	X	X			
Полилог (общение нескольких персонажей)	X	X	X			
Манипуляция	X	X	X			
Игровое общение						
Способ разрешения конфликта						
Конструктивный	X	X	X			
Деструктивный (конфликт сопровождается агрессией)	X	X	X			
Уход от конфликта	X	X	X			
Степень привлекательности образа персонажа Привлекательный	X		X			
Нейтральная характеристика						
Неприятный						
Вызывающий страх, пугающий						
Вектор поведения, воздействия, общения Дружественный	X	X	X			
Отстраненно-						

нейтральный						
Враждебный		X	X			
Тип действий, к которым побуждается аудитория Созидательный, направленный на развитие	X					
Защитный, охранительный	X					
Агрессивный, деструктивный, жестокий						
Не содержит побудительных действий						
Наличие в тексте вербальных оценок персонажа Положительная	X					
Отрицательная	X					
Нет оценки						

6. Тип отношений между персонажами в разных средах

Тип общения	В отношениях со сверстниками	В отношениях в семье	В отношениях со взрослыми
Сотрудничество, кооперация, взаимное уважение, доверие	X	X	X
Конкуренция, стремление к первенству и доминированию	X	X	X
Чрезмерная уступчивость, зависимость, покорность	X	X	X
Вражда, ненависть, зависть	X		X
Равнодушие, безразличие, отсутствие интереса			

7. Несколько уточняющих вопросов о поведении персонажей в контексте ценностно-этических норм (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Находится ли поведение персонажей в русле культурных и этических российских ценностей?	X		
Находится ли поведение персонажей в русле классических культурных ценностей?	X		
Привлекателен ли персонаж, нарушающий моральные нормы, для потребителя информационной продукции?		X	
Может ли вызывать ли поведение нарушителя нормы		X	

желание подражать ему?			
Стимулирует ли информационная продукция возникновение деструктивных и антикультурных установок у ребенка?			X
Требуется ли нарушение моральных норм или норм закона для достижения успеха? (напр. при управлении персонажем в компьютерной игре)		X	

8. Способствует ли информационная продукция разжиганию межэтнической и межнациональной розни? (если это применимо к контенту)

Содержит ли информационная продукция следующие примеры, образцы поведения:	Да, вполне	Отчасти	Нет
уничижительный или отчуждающий язык, негативные стереотипы, насмешки, предубеждения в отношении этнической или культурной группы;		X	
поиск врага в лице иной культурной или этнической группы			X
дискриминацию и преследование по причине этнического, расового происхождения, пола или иных социальных факторов			X
осквернение культурных и религиозных символов, предметов, зданий с целью дискредитации и осмеяния верований и идентичности другой группы			X

ОБЩЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ, ЦЕННОСТНО-ПРАВСТВЕННОЕ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА

1. Содействует ли информационный продукт в целом воспитанию и усвоению целевой аудиторией следующих норм, ценностей, этических представлений, соответствующих нравственным гуманистическим идеалам? (если это применимо к данному контенту)

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет	Скорее пропагандирует противоположные ценности
Ценность семьи, уважение к родителям, старшим		X		
Патриотизм, любовь к отечеству		X		
Нормы правового поведения		X		
Ценности образования, познания, расширения кругозора, саморазвития	X			
Культурно-эстетические ценности		X		
Ценности трудовой	X			

деятельности				
Нравственно-этические нормы поведения		X		

7. Развитие гражданской российской идентичности (если это применимо к данному контенту)

Содействует ли информационный продукт?	Да, вполне	Отчасти	Нет
Неправильному представлению о территории и границах России			X
Искажению смысла и значения основных исторических событий развития государственности и общества России			X
Формированию уничижительного, пренебрежительного отношения к своей стране, ее ценностям, культурным и историческим памятникам			X
Искажению представлений об основных правах и обязанностях гражданина			X
Развитию общественной активности ребенка согласно возрасту статусу и возможностям			X
Одобрению за выполнение норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика			X
Стимулированию потребительского хищнического отношения к природе		X	

4. Развитие творческих способностей детей и подростков

Содействует ли информационный продукт?	Вполне	Отчасти	Нет
Повышению любознательности, развитию исследовательских способностей, широкому кругозору	X		
Развитию творческих способностей и интересов, креативной активности	X		
Развитию способностей к творческому личностному и профессиональному самоопределению	X		

**ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ ЭКСПЕРТИЗЫ
ПО ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫМ АСПЕКТАМ ИНФОРМАЦИОННОГО
ПРОДУКТА**

1. Адекватно ли, по Вашему мнению, содержание и форма информационного продукта возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории данного издания?

4. Вполне

5. Отчасти

6. Нет

2. Какова преобладающая направленность информационного продукта с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию?

4. Позитивная

5. Нейтральная

6. Негативная

2.3. АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ (КОНТЕНТА) ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАЛИЧИЯ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА (ФЗ, ст.5-2,3)

3.1. ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ УГРОЗУ ИХ ЖИЗНИ И (ИЛИ) ЗДОРОВЬЮ. (ФЗ, СТ.5, 2-1,2)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Самоубийство, суицидальное поведение			X			
Членовредительство		X			X	
Нарушение правил безопасного пользования транспортными средствами			X			
Использование предметов способами, не предусмотренными инструкцией и опасными для жизни и здоровья			X			
Демонстрация экстремального, опасного для жизни и здоровья поведения (игра с огнем, немотивированный прием лекарственных средств и т.п.)		X			X	
Демонстрация или пропаганда приема алкоголя	X					X
Демонстрация или пропаганда курения табака	X					X
Демонстрация или пропаганда приема наркотических, психотропных веществ или их заменителей			X			
Провоцирование детей играть в потенциально опасных для жизни и здоровья местах (на стройплощадке, на краю обрыва, у воды, у горящего костра и т.п.).			X			
Участие в азартных играх		X				X
Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний		X				X

Несколько уточняющих вопросов о контенте, связанном с угрозой безопасности ребенка (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Описывается, изображается ли поведение, представляющее угрозу жизни, здоровью, безопасности ребенка?			X
Поощряется ли такое поведение окружающими людьми?			X
Получает ли позитивное вознаграждение (достигает ли успешности) герой, демонстрирующий рискованное поведение?		X	
Описываются, показываются ли детали рискованного поведения?			X
Может ли вызвать такое поведение у потребителя информационной продукции чувство страха, тревоги, дискомфорта			X
Способно ли вызывает ли такое поведение у аудитории желание подражать ?			X

3.2 ИНФОРМАЦИЯ, ПООЩРЯЮЩАЯ ИЛИ ПРИЗЫВАЮЩАЯ ДЕТЕЙ НА АНТИОБЩЕСТВЕННЫЕ И ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ФЗ, СТ. 5, 2-2, 6)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Раннее вступление в сексуальные отношения, в том числе со взрослыми			X			
Сексуализированное поведение и сексуализированные действия	X					X
Бродяжничество			X			
Попрошайничество			X			
Совершение актов вандализма и надругательства над предметами и символами религиозного культа			X			
Совершение актов вандализма и надругательства над общенациональными культурно-историческими ценностями			X			
Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ, взрывчатых или ядовитых			X			

веществ, оружия						
Совершение действий, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц (грабёж, кража, киднепинг, терроризм, экстремизм, социальная дискриминация, применение насилия, оскорбление и унижение)			X			
Провокация детей на уголовно наказуемые деяния			X			
Пропаганда обычаев криминального мира			X			
Пропаганда эксгибиционизма			X			

3.3. ИНФОРМАЦИЯ, ОБОСНОВЫВАЮЩАЯ ИЛИ ОПРАВДЫВАЮЩАЯ ДОПУСТИМОСТЬ НАСИЛИЯ И (ИЛИ) ЖЕСТОКОСТИ, ЛИБО ПОБЕЖДАЮЩАЯ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ ИЛИ ЖИВОТНЫМ (ФЗ, СТ.5, 2-3)

Тип насилия, демонстрируемый контентом

1. Реальное

2. Воспринимаемое как реальное

3. Символическое

4.Трудно определить

Виды насилия

8. Физическое

9. Психологическое

10. Социальное

11. Сексуальное

12. С применением огнестрельного (холодного) оружия

13. Иное

14. Трудно определить

ДЕМОНСТРАЦИЯ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Демонстрация жестокости						
Описание, изображение или детальное натуралистическое описание пыток, истязаний, мучений			X			
Глумление над жертвой, т.е. причинение жертве дополнительных страданий			X			
Демонстрация, описание способов			X			

нанесения увечий						
Демонстрация способов лишения жизни			X			
Демонстрация, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку, животному, иному одухотворенному персонажу		X				
Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения			X			
Демонстрация насилия						
Лишение жизни человека или животного			X			
Умышленное причинение вреда здоровью			X			
Неумышленное (случайное) причинение вреда		X			X	
Умышленное оскорбление и унижение достоинства человека		X				X
Неумышленное нанесение обиды		X				X
Натуралистическое изображение трупов			X			
Символическое изображение смерти или трупов		X				X
Жестокое избиение человека			X			
Издевательство над животным			X			

Несколько уточняющих вопросов о поведении персонажей в ситуации жестокости и насилия (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Представляется ли насилие и жестокость правомерным и эффективным средством решения проблем		X	
Показаны ли насилие и жестокость как естественные атрибуты обычной жизни, неременное условие существования человека			X
Представляется ли агрессивное поведение как «престижное», как маркер мужественности		X	
Демонстрируется ли агрессивное поведение как адекватное, обоснованное?			X
Демонстрируется ли агрессивное поведение как вознаграждаемое?			X
Обоснована ли агрессия необходимостью спасения людей, защиты от агрессора?		X	
Терпит ли агрессор поражение, несет ли наказание?		X	
Несет ли агрессор наказание за свою агрессию?		X	
Совершается ли насилие положительным персонажем?		X	

Носит ли изображение или описание насилия излишне натуралистический характер?			X
Может ли вызвать у аудитории агрессивное поведение стремление подражать ему?		X	
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, патриотическими, альтруистическими мотивами (защита Родины, защиты слабого от агрессора)?		X	
Адекватно ли насилие, совершаемое героем, значимости его цели и присутствуют ли иные способы достижения той же цели? (два вопроса на которые могут быть разные ответы)		X	
Является ли насилие одобряемой, поощряемой нормой поведения между персонажами?		X	
Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов?			X
Проявляется ли привлекательность образа персонажа в агрессивных действиях?		X	
Носит ли применение оружия при совершении насилия инструктивный (обучающий) характер			Нет оружия

7.4. ИНФОРМАЦИЯ, ОТРИЦАЮЩАЯ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ФОРМИРУЮЩАЯ ОТНОШЕНИЕ К РОДИТЕЛЯМ И (ИЛИ) ДРУГИМ ЧЛЕНАМ СЕМЬИ (ФЗ, СТ.5, 2-4)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Отрицание или принижение ценности институтов семьи, устойчивого брака	X					X
Искажение ориентации и установок в брачно-семейных отношениях (пропаганда внесемейных отношений, измены, нетрадиционных форм взаимоотношений полов и т.п.)		X				X
Неуважение к родителям, старшим членам семьи			X			
Непослушание родителям		X				X

Несколько уточняющих вопросов о формировании контентом образа родителей и семьи, учителей и школы (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Формирование образа родителей и семьи			
Проявляют ли члены семьи любовь и		X	

привязанность друг к другу?			
Доверяют ли родители и дети друг другу?		X	
Обманывают ли родители и дети друг друга?		X	
Проявляют ли члены семьи неуважение друг к другу?		X	
Проявляют ли члены семьи агрессию по отношению друг к другу (бьют, унижают, используют оскорбительную лексику)?			X
Приходят ли члены семьи на помощь друг другу?		X	
Демонстрируются ли сексуальные контакты родителей в присутствии детей?			X
Формирование образа учителей и школы			
Присутствует ли принижение статуса учителя?		X	
Обманывают ли учителя и ученики друг друга?	X		
Проявляют ли неуважение друг к другу?		X	
Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, оскорбляют, плохо обращаются)?	X		
Способствует ли данная информационная продукция желанию ребенка ходить в школу?		X	
Совершают ли учителя противоправные действия (правонарушения или преступления)?			X
Совершают ли ученики, оставшиеся безнаказанными, противоправные действия (правонарушения или преступления)?		X	
Испытывает ли персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			
Испытывает персонаж-ребенок негативное отношение к школе?			

3.5. УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (Ф3, СТ.5, 2-6)

Употребление ненормативной лексики	Да	Нет
Наличие нецензурных слов и выражений (матерных – по словарям ненормативной лексики) вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		X
Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		X
Наличие бранных слов (имеющих в толковых словарях такую помету и используемых в бранной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка)		X
Наличие вульгарных, жаргонных, экспрессивно-просторечных (имеющих такие словарные пометы) как речевых характеристик персонажей или как средств сюжетной выразительности	X	

3.6. ИНФОРМАЦИЯ ПОРНОГРАФИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА³ (Ф3, СТ.5, 2-7)

³ **Информация порнографического характера** - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Порнография						
Натуралистические изображение действий сексуального характера			X			
Имитация действий сексуального характера		X				
Изображение половых органов			X			
Изображение или детальное описание участия в сексуальном поведении			X			
Затушеванное изображение половых актов			X			
Секстинг (самостоятельная публикация собственных изображений сексуализированного характера) (для Интернета)			X			
Детская порнография						
Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку, в том числе в «личном пространстве» ребёнка			X			
Изображение половых органов ребёнка в сексуальных целях			X			
Изображение или детализированное натуралистическое описание участия ребёнка в сексуальном поведении			X			
Использование детей или лиц похожих на детей в эротических изображениях			X			

3. МОДУЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЭКСПЕРТНО-МЕТОДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ⁴

Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы, соответствующих типу и виду продукции.

4. МОДУЛЬ: ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТА

полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного (ФЗ, ст. 2-8).

⁴ Будет предложен глоссарий основных понятий методики экспертизы.

По результатам целостной оценки информационного продукта и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории зрителей

3. Соответствует

4. **Не соответствует**

ОБОСНОВАНИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

- Описать степень выраженности признаков

- Соотнести степень выраженности признаков с общим ценностным контекстом информационного продукта. При этом необходимо учесть наличие или отсутствие в информационном продукте воспитательного воздействия, эффекта.

Сериял X содержит информацию, запрещенную в статье 5 ФЗ для распространения среди детей.

В некоторых сериях сериала показаны сцены употребления алкоголя и табакокурения, широко демонстрируется тема сексуальных отношений, но без визуальной демонстрации, также присутствуют вербальные оскорбления, ненатуралистичные сцены драк.

В настоящее время маркировка продукта 16+. Рекомендуется повысить до 18+ и перенести программу на более позднее время.

8. МОДУЛЬ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПЕРТА (ФЗ, ст.18 - 1,2,3)

Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	05.11.2013
Место проведения экспертизы	Москва
Экспертная организация (название)	факультет психологии МГУ имени М.В.Ломоносова
Эксперт (ФИО)	Лаврова Елена Васильевна
Образование	высшее
Специальность	Психолог. Преподаватель психологии
Стаж работы по специальности	6 лет
Ученая степень	
Ученое звание	
Место работы	ВУ МО РФ
Должность	преподаватель

Подпись

Информационный продукт – РАДИО

2. МОДУЛЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ

Идентификация информационного продукта в целях экспертизы в соответствии с ФЗ №436-ФЗ от 29.12.2-10 г.

ОБЪЕКТ ЭКСПЕРТИЗЫ (ФЗ, ст. 6 – 2,1)

Вид информационного продукта

1. Периодическая печать
2. Телевидение
3. Радиовещание
4. Интернет
5. Книга

Блок 3. РАДИОВЕЩАНИЕ

1.

Наименование (название) информационной продукции (записать во второй колонке)	X
Название (полное) радиостанции, в эфире которой вышла программа	Дорожное радио
Место выхода программы в эфир (страна, населенный пункт)	Россия, Санкт-Петербург
Где слушали (населенный пункт)	Россия, Москва
Уровень (зона) вещания радиостанции в соответствии с лицензией: - федеральный - межрегиональный - региональный (областной, краевой, республиканский) - локальный (местный)	Межрегиональный
Территория распространения	Св. 650 городов (информация с сайта)
Дата и время выхода в эфир программы	6 ноября 2013 в 14:01
Периодичность выхода программы (ежедневно, еженедельно и т.д.)	Несколько раз в день
Программа цикловая или разовая	Отдельный выпуск с ротацией
Место в сетке вещания (утро, день, вечер)	Утро, день, вечер
Язык вещания: - русский - иностранный (укажите какой) - язык народов России;? (укажите какой)	Русский
Формат экспертируемой информационной продукции: 1. Музыкальный (жанр музыки):	Вокальный на русском языке

- инструментальный - вокальный на русском языке - вокальный на иностранных языках - вокальный на языках народов России? 2. Разговорный: - новости - деловые новости - обзор событий - репортаж - тематическая передача - передача для детей - другое 3. смешанный	
Тематика	О любви
Краткое содержание	Юноша приглашает девушку придти на свидание
Суть претензий к информационной продукции, которые вызвали данную экспертизу (виды информации, запрещенной для распространения среди детей, либо иные нарушения Федерального закона № 436-ФЗ, предположительно имеющиеся в продукции)	- Есть слова, которые можно трактовать как информацию, способную вызывать у детей желание употребить алкогольную продукцию. - Нет возрастной маркировки ни в эфире, ни на сайте станции

3. Скорость предъявления звукоряда

Медленная

Быстрая

Средняя

4. Характеристика музыкального сопровождения:

Дисгармоничное - 2___ - 1___ **0**___ 1___ 2___ Гармоничное

Минорное - **2**___ - 1___ 0___ 1___ 2___ Мажорное

5. Уточняющие вопросы	Вполне	Отчасти	Нет
Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой? (Если произведение относится к пространству реальной жизни).	---	---	---
Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).			

11. ПРЕДМЕТ ЭКСПЕРТИЗЫ

2.1. ОБЩИЕ ОЦЕНКИ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА ДЕТЬМИ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ, КОТОРОЙ ОН ПРЕДНАЗНАЧЕН (ФЗ, ст. 2 – 2,2)

Предварительные замечания.

В значительной степени экспертиза особенностей восприятия информационного продукта, как это сформулировано в ст.6, п.2-2 Федерального закона, заведомо носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты. Поэтому ряд позиций возможно выяснить только анкетно-вопросным методом. При этом важно иметь в виду, что это касается только тех аспектов, которые существуют в экспертируемом тексте, поэтому часть вопросов может остаться без ответа.

1. Адекватно ли, по Вашему мнению, содержание и форма информационного продукта возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории данного издания?

- 7. Вполне
- 8. Отчасти
- 9. Нет

2. Какова преобладающая направленность информационного продукта с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию?

- 7. Позитивная
- 8. Нейтральная
- 9. Негативная

3. Какова интенсивность эмоций, переживаемых персонажами?

- 9. Сильная
- 10. Умеренная
- 11. Слабая

5. Охарактеризуйте, пожалуйста, в целом визуальное оформление информационного продукта (издания, полосы, теста)

- 9. Светлый, радостный тон
- 10. Нейтральный
- 11. Мрачный, темный, деструктивный

6. Мировосприятие детей и подростков

Способствует ли информационная продукция развитию позитивной картины мира и представлений об окружающем мире и обществе:

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет
как дружелюбном и принимающем, где добро побеждает зло			
мир справедлив, и в конечном счете каждый получает то, что заслуживает			
где при всех различиях люди достойны уважения и доверия			
взаимоотношения в семье и строятся на основе любви, привязанности, верности, взаимопомощи, реальной и психологической поддержке			
человек предстает как самостоятельный активный деятель, способный на значительные дела и управление своей			

жизнью, а не как бессильный хронический неудачник			
присутствуют установки на оптимистичное представление о будущем			

6. Типы персонажей (может быть отмечено несколько позиций)

13. Реальные персонажи (напр. Гай Юлий Цезарь, В.И. Чапаев)
14. Художественные образы (Шерлок Холмс, Незнайка)
15. Нереальные, фантастические (эльфы, говорящие животные и т.п.)
16. Абстрактные (АВС)
17. Другое (записать)

7. Характеристики героев, персонажей

10. Преобладают положительные герои
11. Преобладают отрицательные персонажи
12. Преобладают нейтральные персонажи
13. Ситуация не ясна

8. Побеждают

5. Положительные герои
6. Отрицательные персонажи
7. Нейтральные персонажи
8. Ситуация не ясна

9. Модели поведения, характеристики главных персонажей разных типов

(поставьте крестики в соответствующих графах таблицы, если в контенте можно определить поведение персонажей)

Модели поведения	Реалистичные персонажи			Нереалистичные персонажи		
	Положительные	Нейтральные	Отрицательные	Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Мотивация поступков героев						
Альтруистическая						
Эгоистическая						
Группоцентрическая						
Социоцентрическая						
Тип коммуникации						
Монолог						
Диалог						
Полилог (общение нескольких)						

персонажей)						
Манипуляция						
Игровое общение						
Способ разрешения конфликта						
Конструктив ный						
Деструктивны й (проявление агрессии, доминировани я)						
Уход от конфликта						
Степень привлекатель ности образа персонажа Привлекатель ный						
Нейтральная характеристик а						
Неприятный						
Вызывающий страх, пугающий						
Вектор поведения, воздействия, общения Дружественны й						
Отстраненно- нейтральный						
Враждебный						
Тип действий, к которым побуждается аудитория Созидательны й, направленный на развитие						
Защитный, охранительны й						
Агрессивный,						

деструктивный, жестокий						
Не содержит						
Наличие в тексте вербальных оценок персонажа Положительная						
Отрицательная						
Нет оценки						

Общение и отношения между персонажами

Отношения и общение между людьми представлены как

	в отношениях со сверстниками	В отношениях в семье	В отношениях с взрослыми
Сотрудничество, кооперация, взаимное уважение, доверие			
Конкуренция, стремление к первенству и доминированию			
Чрезмерная уступчивость, зависимость, покорность			
Вражда, ненависть, зависть			
Равнодушие, безразличие, отсутствие интереса			

Содействует ли информационный продукт

	Да	Отчасти	Нет
Одобрению неадекватного образца межличностных отношений и взаимодействия / содержит положительные последствия демонстрируемого неоптимального взаимодействия			
порицанию адекватного образца межличностных отношений и взаимодействия/ содержит негативные последствия демонстрируемого конструктивного взаимодействия			

Способствует ли информационная продукция разжиганию межэтнической и межнациональной розни, а именно:

	Да	Отчасти	Нет
Содержит ли информационная продукция примеры/образцы поведения/модели, содержащие - уничижительный или отчуждающий язык, негативные стереотипы, насмешки, предубеждения в отношении этнической или культурной группы;			
- поиск «козла отпущения» в лице иной культурной или этнической группы			
дискриминацию по причине этнического, расового происхождения, мировоззрения, пола или иных социальных факторов, либо остракизм (бойкот), преследование			
осквернение культурных и религиозных символов, предметов, зданий с целью дискредитации и осмеяния верований и идентичности другой группы			
примеры неадекватного объяснения причин поведения партнера, принадлежащего к иной социальной (этнической или культурной) группе с приписыванием «злой воли», негативных личностных черт			

Степень когнитивной адекватности/сложности информационного продукта возрастным особенностям целевой аудитории

	Да	Отчасти	Нет
Всё знаниево-понятийное содержание соответствует возрастным особенностям целевой аудитории			
Все операции мышления (рассуждения, умозаключения) основных персонажей соответствуют возрастным особенностям целевой аудитории			
Информационный продукт не содержит метафор, высказываний с переносным смыслом			

Информационный продукт не перегружает памяти ребенка			
Информационный продукт не перегружает мышления ребенка			
Информационный продукт не перегружает воображения ребенка			
Способствует ли информационный продукт когнитивному развитию ребенка			
Нуждается ли ребенок в помощи взрослого для понимания и интерпретации содержания информационного продукта			

2.2. ОБЩЕЕ ЦЕННОСТНО-ПРАВСТВЕННОЕ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА, НАЛИЧИЕ ПРАВСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ, ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

10. Содействует ли информационный продукт воспитанию и усвоению целевой аудиторией следующих норм, ценностей, этических представлений, соответствующих нравственным гуманистическим идеалам? (если это применимо к данному контенту)

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет	Скорее пропагандирует противоположные ценности
Ценность семьи, уважение к родителям, старшим				
Патриотизм, любовь к отечеству				
Нормы правового поведения				
Ценности образования, познания, расширения кругозора, саморазвития				
Культурно-эстетические ценности				
Ценности трудовой деятельности				
Нравственно-этические нормы поведения				

11. Несколько уточняющих вопросов о поведении персонажей в контексте ценностно-этических норм

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Находится ли поведение персонажей в русле классических культурных и этических отечественных ценностей?			
Находится ли поведение персонажей в русле общечеловеческих культурных и этических ценностей?			
Имеет ли конечный успех персонаж, следующий моральным нормам?			
Имеет ли конечный успех персонаж, нарушающий моральные нормы?			
Привлекателен ли персонаж, нарушающий моральные нормы, для потребителя информационной продукции?			
Создает ли информационная продукция у ребенка установку на положительную оценку «героя» при следовании им в поведении моральным нормам и отрицательную оценку при их нарушении			
Есть ли выбор между двумя моральными нормами (если выполняет одну норму, то при этом нарушает другую норму)?			
Вызывает ли поведение нарушителя нормы желание подражать ему?			
Стимулирует ли информационная продукция рост деструктивных и антикультурных установок у ребенка?			

Развитие гражданской российской идентичности

Содействует ли информационный продукт

	Да	Отчасти	Нет
искажению адекватного представления о территории и границах России, ее географических особенностях			
искажению смысла и значения основных исторических событий развития государственности и общества России			
формированию уничижительного, пренебрежительного отношения к своей стране, ее культурным и историческим памятникам, дискредитирует достижения истории и культуры России;			
дезориентации в правовом пространстве государственно-общественных отношений; основных правах и обязанностях гражданина			
развитию гражданской активности ребенка сообразно			

возрастному статусу и возможностям (участие в общественной жизни, школьном самоуправлении в пределах возрастных компетенций, в детских и молодежных общественных организациях) получает ли положительную оценку выполнение ребенком норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика			
Представляет образцы потребительского хищнического отношения к природе как нормы жизни, игнорирует правила бережного охранительного отношения к природе			
обесценивает значение жизни и здоровья человека, искажает представление о здоровом образе жизни и его значимости, пропагандирует формы экстремального поведения и действий, сопряженных с риском для здоровья и жизни человека			

Развитие творческих способностей детей и подростков

Содействует ли информационный продукт

	Да	Отчасти	Нет
Повышению любознательности, развитию исследовательской позиции; широкой, глобальной системы интересов			
Развитию деятельности по инициативе самого ребенка, рождению творческих замыслов			
Развитию способностей к творческому личностному и профессиональному самоопределению			

3. АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ (КОНТЕНТА) ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАЛИЧИЯ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА (ФЗ, ст.5-2,3).

3.1 ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ УГРОЗУ ИХ ЖИЗНИ И (ИЛИ) ЗДОРОВЬЮ. (ФЗ, СТ.5, 2-1,2)

Варианты ответов	Тема отчетливо выражена, пропагандируется	Присутствует в качестве побочной темы	Фоновое присутствие темы, мотивированное контекстом	Нет этой темы	
Суицидальное поведение как одобряемое					
Членовредительство как одобряемое поведение					
Манипуляции с веществами, опасными для жизни (взрывчатые, ядовитые, радиоактивные), а также с оружием					
Поощряемое участие в азартных играх					
Действия, поощряющие или призывающие детей на употребление товаров и услуг, опасных для жизни и здоровья (наркотиков, одурманивающих и психотропных средств, алкоголя, никотина и т.п.)					
Искусственное прерывание беременности без медицинских показаний					

Несколько уточняющих вопросов о контенте, связанном с угрозой безопасности ребенка

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Описывается, изображается ли поведение, представляющее угрозу жизни, здоровью, безопасности ребенка?			
Поощряется ли такое поведение окружающими людьми?			
Получает ли позитивное вознаграждение (достигает ли позитивной успешности) герой, демонстрирующий рискованное поведение?			
Описываются, показываются ли детали рискованного поведения?			
Может ли вызвать такое поведение у потребителя информационной продукции чувство страха, тревоги, дискомфорта			
Может ли вызывает ли такое поведение у потребителя информационной продукции желание			

подражать?			
------------	--	--	--

3.2 ИНФОРМАЦИЯ, ПООЩРЯЮЩАЯ ИЛИ ПРИЗЫВАЮЩАЯ ДЕТЕЙ НА АНТИОБЩЕСТВЕННЫЕ И ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ФЗ, СТ. 5, 2-2, 6)

Варианты ответов	Тема отчетливо выражена, пропагандируется	Присутствует в качестве побочной темы	Фоновое присутствие темы, мотивируемое контекстом	Нет этой темы
Занятие проституцией				
Раннее вступление в сексуальные отношения, в том числе со взрослыми				
Сексуализированное поведение и сексуализированные действия				
Бродяжничество				
Попрошайничество				
Совершение актов вандализма и надругательства над предметами и символами религиозного культа				
Совершение актов вандализма и надругательства над общенациональными культурно-историческими ценностями				
Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ, взрывчатых или ядовитых веществ, оружия				
Совершение действий, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц (грабёж, кража, киднепинг, терроризм, экстремизм, социальная дискриминация, применение насилия, оскорбление и унижение)				
Призыв к уголовно наказуемым деяниям				
Пропаганда обычаев криминального мира				

3.3. ИНФОРМАЦИЯ, ОБОСНОВЫВАЮЩАЯ ИЛИ ОПРАВДЫВАЮЩАЯ ДОПУСТИМОСТЬ НАСИЛИЯ И (ИЛИ) ЖЕСТОКОСТИ, ЛИБО ПОБЕЖДАЮЩАЯ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ ИЛИ ЖИВОТНЫМ (ФЗ, СТ.5, 2-3)

Тип насилия, демонстрируемый контентом

1. Реальное
2. Воспринимаемое как реальное
3. Символическое

Виды насилия

15. Физическое
16. Психологическое
17. Социальное
18. Сексуальное

Варианты ответов	Тема отчетливо выражена, пропагандируется	Присутствует в качестве побочной темы	Фоновое присутствие темы, мотивированное контекстом	Нет этой темы
Демонстрация жестокости				
Описание, изображение или детальное натуралистическое описание пыток, истязаний, мучений				
Глумление над жертвой, т.е. причинение жертве дополнительных страданий				
Демонстрация, описание способов нанесения увечий				
Демонстрация способов лишения жизни				
Демонстрация, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку, животному, иному одухотворенному персонажу				
Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения				
Демонстрация насилия				
Лишение жизни человека				
Лишение жизни животного				
Умышленное причинение вреда здоровью человека				
Оскорбление и унижение достоинства человека				
Натуралистическое изображение или описание трупов людей				
Жестокое избиение человека				
Издевательство над животным				

Несколько уточняющих вопросов о поведении персонажей в ситуации жестокости и насилия

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Представляется ли насилие и жестокость правомерным и эффективным средством решения проблем			
Презентируется ли насилие и жестокость как естественный атрибут обычной жизни,			

непременное условие существования человека			
Представляется ли агрессивное поведение как «престижное», как показатель «крутизны» личности, ее признания, высокого социального статуса, как маркер мужественности;			
Демонстрируется ли агрессивное поведение как адекватное, обоснованное?			
Демонстрируется ли агрессивное поведение как вознаграждаемое?			
Обоснована ли агрессия необходимостью спасения людей, защиты от агрессора?			
Терпит ли агрессор поражение, несет ли наказание?			
Несет ли агрессор наказание за свою агрессию?			
Совершается ли насилие положительным персонажем?			
Носит ли изображение или описание насилия излишне натуралистический характер?			
Может ли вызвать у аудитории агрессивное поведение стремление подражать ему?			
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, патриотическими, альтруистическими мотивами (защита Родины, защиты слабого от агрессора)?			
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, личными, семейными мотивами?			
Адекватно ли насилие, совершаемое героем, значимости его цели и присутствуют ли иные способы достижения той же цели?			
Является ли насилие одобряемой, поощряемой нормой поведения между персонажами?			
Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов?			
Проявляется ли положительность образа персонажа в агрессивных действиях?			

11.4. ИНФОРМАЦИЯ, ОТРИЦАЮЩАЯ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ФОРМИРУЮЩАЯ ОТНОШЕНИЕ К РОДИТЕЛЯМ И (ИЛИ) ДРУГИМ ЧЛЕНАМ СЕМЬИ (ФЗ, СТ.5, 2-4)

Варианты ответов	Тема отчетливо выражена, пропагандируется	Присутствует в качестве побочной темы	Фоновое присутствие темы, мотивированное контекстом	Нет этой темы
Отрицание или принижение ценности				

социальных институтов семьи, устойчивого брака				
Дискредитация семьи				
Искажение ориентации и установок в брачно-семейной сфере (пропаганда внесемейных отношений, измены, девиантные формы взаимоотношений полов и т.п.)				
Выраженное неуважение к родителям, старшим членам семьи, несущим функцию семейного воспитания, младшим членам семьи				

Несколько уточняющих вопросов о формировании контентом образа родителей и семьи, учителей и школы

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Формирование образа родителей и семьи			
Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу?			
Доверяют ли родители и дети друг другу?			
Обманывают ли родители и дети друг друга?			
Проявляют ли члены семьи неуважение друг к другу (дети к родителям, родители к детям, родители между собой, дети между собой)?			
Проявляют ли члены семьи агрессию по отношению друг к другу (бьют, унижают, используют оскорбительную лексику)?			
Приходят ли члены семьи на помощь друг другу?			
Формирование образа родителей учителей и школы			
Присутствует ли принижение статуса учителя?			
Обманывают ли учителя и ученики друг друга?			
Проявляют ли неуважение друг к другу?			
Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, оскорбляют, плохо обращаются)?			
Способствует ли данная информационная продукция желанию ребенка ходить в школу?			
Испытывает персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			
Испытывает персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			
Испытывает персонаж-ребенок негативное отношение к школе?			

3.5. УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (ФЗ, СТ.5, 2-6)

Употребление ненормативной лексики	Да	Нет
------------------------------------	----	-----

Наличие нецензурных слов и выражений (матерных – по словарям ненормативной лексики)		
Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными		
Наличие бранных слов (имеющих в толковых словарях соответствующую помету и используемых в бранной/ инвективной функции)		
Наличие вульгарных, жаргонных, экспрессивно-просторечных (имеющих такие словарные пометы)		

3.6.ИНФОРМАЦИЯ ПОРНОГРАФИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА⁵ (ФЗ, СТ.5, 2-7)

Варианты ответов	Тема отчетливо выражена, пропагандируется	Присутствует в качестве побочной темы	Фоновое присутствие темы, мотивированное контекстом	Нет этой темы
Порнография				
Изображение или имитация действий сексуального характера, натуралистическое описание таких действий				
Изображение половых органов				
Изображение или детальное описание участия в сексуальном поведении				
Секстинг (самостоятельная публикация собственных изображений сексуализированного характера) (для Интернета)				
Детская порнография				
Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку, в том числе в «личном пространстве» ребёнка				
Изображение половых органов ребёнка в сексуальных целях				
Изображение или детализированное натуралистическое описание участия ребёнка в сексуальном поведении				

4. ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТА

⁵ **Информация порнографического характера** - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного (ФЗ, ст. 2-8)

По результатам целостной оценки информационного продукта и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории зрителей (См. Приложение 2)

5. Соответствует
6. Не соответствует

ОБОСНОВАНИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Маркировки продукта нет.

Единственная претензия к тексту - песня гипотетически способна вызвать желание употребить алкогольную продукцию (слова, выделенные красным цветом).

Всё остальное законом не запрещено. При этом возрастной маркировки нет. Песня транслировалась в середине дня. Дети малые могли её слушать.

Описать степень выраженности признаков

- Соотнести степень выраженности признаков с общим ценностным контекстом информационного продукта

9. ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПЕРТА (ФЗ, ст.18 - 1,2,3)

Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	
Место проведения экспертизы	
Экспертная организация (название)	
Эксперт (ФИО)	
Образование	
Специальность	
Стаж работы по специальности	
Ученая степень	
Ученое звание	
Место работы	
Должность	

Подпись

Информационный продукт – ИНТЕРНЕТ

1. МОДУЛЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ информационной продукции в целях экспертизы в соответствии с Федеральным законом №436-ФЗ

ОБЪЕКТ ЭКСПЕРТИЗЫ (Федеральный закон № 436-ФЗ, ст. 6 – 2,1)

Вид информационной продукции (по способу распространения)

- 14. Печать: а) периодические печатные издания; б) непериодические печатные издания (книги).
- 15. Телевидение
- 16. Радио
- 17. Интернет
- 18. Компьютерные игры
- 19. Зрелищные мероприятия
- 20. Мобильный контент

Цель экспертизы - проверка соответствия маркировки информационной продукции критериям классификации информационной продукции, установленным Федеральным законом № 436-ФЗ.

СМЕННЫЕ БЛОКИ

Блок 4 ИНТЕРНЕТ (описать объект)

1.2	Название информационного продукта в сети Интернет	Я Умер Самоубийством
	Тип информационного продукта (веб-сайт, веб-страница, блог, микроблог, форум, страница социальной сети, анимационный или иной визуальный материал, аудиоматериал, другое)	Страница социальной сети
	Адрес в сети Интернет (URL)	http://vk.com/id163842438
	Размещение в сети Интернет (отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта)	Часть более крупного информационного продукта
	Ориентировочная посещаемость	неизвестно
	Время создания\обновления (если возможно установить)	2012
	Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)	Молодежь
	Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных)	русский

	параметров)		
	Тематика	суицид	
	Содержание	Пропаганда суицида	
	Количество страниц	1	
	Возможность верификации возраста при доступе к информационной продукции		нет
	Доступ к информационной продукции после регистрации		нет
2	Определите тип информационного продукта в сети Интернет		
2.1	Веб-сайт, веб-страница 41. Интернет-СМИ или сайт, имеющий черты Интернет-СМИ (новости, журналистские статьи\видеоматериалы, аналитика) 42. Корпоративный (информационно-рекламный) веб-сайт 43. Веб-сайт структурированной организации, мероприятия 44. Информационный веб-сайт 45. Фото- или видеохостинг, страница на фото- или видеохостинге 46. Личный веб-сайт (для личной самопрезентации) 47. Тематико-познавательный веб-сайт (научного, общественно-политического или иного специально-информационного характера) 48. Детский веб-сайт		
2.2	Блог, микроблог 43. Блог с информацией личного характера (публичный дневник) 44. Блог организации, мероприятия или продвижения продукта 45. Общедискуссионный блог (блог общеинформационного характера) 46. Блог новостного характера 47. Блог сообщества или группы, не являющейся формальной организацией 48. Блог от имени персонажа, явно не способного к самостоятельной публикации информации (блоги от имени персонажей, не являющихся человеком)		
2.3.	Форум 1. Общетематический форум 2. Узкотематический форум (включая форумы для обсуждения Интернет-продукции) 3. Форум при веб-сайте для обсуждения и комментирования информации веб-сайта (напр. форум СМИ) 4. Форум для определенной социальной группы\групп либо сообщества 5. Форум – «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.)		
2.4.	Социальная сеть 31. Страница с информацией личного характера (публичный дневник) 32. Страница организации, формализованной группы	Да, открыт	

	(например, класс школы), мероприятия или продвижения продукта 33. Страница сообщества или группы, не являющейся формальной организацией (открытая\закрытая) 34. Страница, целью которой является исключительно распространение аудиовизуальной продукции (без обсуждения) 35. Страница- «доска объявлений» (купля-продажа, обмен, поиск предметов для обмена и т.п.) 36. Общеинформационная страница\сообщество с возможностью дискуссии или без таковой	ая	
2.5.	Хостинговый сервис		
	21. Общетеμαатический фото- или видеохостинг 22. Узкотеμαатический фото- или видеохостинг 23. Хостинговая площадка\страница для аудиопродукции 24. Торрент-трекер или иной сервис обмена файлами		
2.6.	Интернет-магазин 1. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 2. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, торгующий широким спектром товаров с их онлайн-демонстрацией 3. Интернет-магазин оффлайн-магазина или торговой сети узкоспециализированного характера с онлайн-демонстрацией товаров 4. Интернет-магазин без наличия оффлайн-магазина\оффлайн-торговой сети, узкоспециализированного характера, с возможностью онлайн-демонстрации товаров 5. Интернет-аукцион 6. Интернет-доска объявлений («комиссионный магазин»)		

Блок 5 КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА (описать объект)

- 1. Однопользовательская игра**
- 2. Многопользовательская игра**
- 3. Многопользовательская ролевая игра**

Название компьютерной игры

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория)
Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)
Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)
Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)
Тематика
Содержание
Блок 5 ЗРЕЛИЩНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ (описать объект)
Блок 6 МОБИЛЬНЫЙ КОНТЕНТ (описать объект)

МОДУЛЬ ИНДЕНТИФИКАЦИИ ПРЕДМЕТА ЭКСПЕРТИЗЫ

2.1. Суть претензий к информационной продукции, адресованные эксперту

2.2. Особенности восприятия информационной продукции детьми определенной возрастной категории, которой она предназначена (статьи 2 - 2² Федерального закона № 436-ФЗ, п.2 части 2ст. 6)

Предварительные замечания.

В значительной степени экспертиза особенностей восприятия информационной продукции, как это сформулировано в п.2 части 2 ст.6 Федерального закона, заведомо носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты. Поэтому ряд позиций возможно выяснить только методом анкетного опроса. При этом важно иметь в виду, что это касается только тех аспектов, которые существуют в экспертируемом тексте, поэтому часть вопросов может остаться без ответа.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

3. Тип творчества:

- 1.Журналистика
- 2.Беллетристика
- 3.Развлекательный контент (массовая культура)
- 4) Игры
4. Дискуссия\общение
5. Контент дневникового характера
4. Другое

2. Способ отображения (культурное пространство событий)

- 1.Пространство реальной жизни
- 2.Вымышленное, но правдоподобное
3. Вымышленное мифологическое пространство

3. Визуальное оформление информационной продукции в целом

12. Светлый, радостный тон

13. Нейтральный тон

14. Мрачный, темный тон

4. Художественно-эстетические характеристики продукта (отметьте по шкале от +2 до – 2 (поставьте крестики в соответствующих графах)

	+2	+1	0 (нейтральная характеристика)	–1	–2	
Прекрасное			0			Безобразное
Возвышенное			0			Низменное
Гармоничное			0			Дисгармоничное

5. Наличие и характеристики юмора (если применимо к контенту)

Тип юмора:

1. Юмор
2. Ирония
3. Сарказм
5. Иное

6. Вид юмора

1. Интеллектуальный
2. Эротический
3. Политический
4. Иной тип

7. Характеристика информационной продукции

1. Оптимистическая
2. Комическая
3. Драматическая
4. Трагическая
5. Наблюдающая, описательная (фиксирующая события)
- 5..Иная

21. Характеристика интенсивности информационного воздействия на сознание и поведение детей

5. наличие в информационной продукции отдельных эпизодов (1-2), содержащих информацию, способную причинить вред здоровью и развитию детей;
6. кратковременное описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
7. многоэпизодное (3 и более) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
8. продолжительное по времени (указать) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ И ИХ ПОВЕДЕНИЯ

1. Типы главных героев, персонажей

18. Реальные исторические персонажи (напр. Гай Юлий Цезарь, В.И. Чапаев)
19. Реальные современные персонажи (В.В. Познер, Валерия)
20. Художественные образы (Шерлок Холмс, Незнайка)

21. Нереальные, фантастические (эльфы, говорящие животные и т.п.)
22. Абстрактные (АВС)
23. **Другое** (записать) Автор – аноним, позиционируется как реальное лицо

2. Характеристики героев, персонажей

14. Преобладают положительные герои
15. Преобладают отрицательные персонажи
16. Преобладают нейтральные персонажи
17. Ситуация не ясна

3. Какова интенсивность эмоций, переживаемых персонажами?

12. Сильная
13. Умеренная
14. Слабая
15. Трудно определить

4. Побеждают

10. Положительные герои
11. Отрицательные персонажи
12. Нейтральные персонажи
13. Трудно определить

5. Модели поведения, характеристики главных персонажей разных типов

(поставьте крестики в соответствующих графах таблицы, если в контенте можно определить поведение персонажей)

Модели поведения	Реалистичные персонажи			Нереалистичные персонажи		
	Положительные	Нейтральные	Отрицательные	Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Мотивация поступков героев						
Альтруистическая						
Эгоистическая			+			
Группоцентрическая (ориентированная на ближний круг)						
Социоцентрическая (ориентированная на общество)						
Тип коммуникации						
Монолог			+			
Диалог						
Полилог (общение нескольких персонажей)						
Манипуляция						
Игровое общение						
Способ разрешения конфликта						
Конструктивный						
Деструктивный						

(конфликт сопровождается агрессией)						
Уход от конфликта			+			
Степень привлекательности образа персонажа Привлекательный						
Нейтральная характеристика			+			
Неприятный						
Вызывающий страх, ужас, испуг						
Вектор поведения, воздействия, общения Дружественный						
Отстраненно-нейтральный			+			
Враждебный						
Тип действий, к которым побуждается аудитория Созидательный, направленный на развитие						
Защитный, охранительный						
Агрессивный, деструктивный, жестокий			+(деструктивный через суицид)			
Не содержит побудительных действий						
Наличие в тексте вербальных оценок персонажа Положительная						
Отрицательная						
Нет оценки			+			

6. Уточняющие вопросы о поведении персонажей в контексте моральных и нравственно-этических норм (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Соответствует ли поведение персонажей классическим культурным и этическим отечественным ценностям(т.е. ценностям, позитивно или нейтрально воспринимаемых			+

большинством членов общества)?			
Соответствуют ли поведение персонажей общечеловеческим культурным и этическим ценностям?			
Находится ли поведение персонажей в русле культурных и этических ценностей, разделяемых (позитивно или нейтрально воспринимаемых) основной декларируемой целевой аудиторией информационного продукта?		+	
Имеет ли конечный успех персонаж, следующий моральным и нравственно-этическим нормам?			+
Имеет ли конечный успех персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы?	+		
Привлекателен ли персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы, для потребителя информационной продукции?		+	
Создает ли информационная продукция у ребенка установку на положительную оценку «героя» при следовании им в поведении моральным и нравственно-этическим нормам и отрицательную оценку при их нарушении			+
Есть ли выбор между двумя моральными нормами (если выполняет одну норму, то при этом нарушает другую норму)?			+
Вызывает ли поведение нарушителя моральной нормы желание подражать ему?		+	
Требуется ли нарушение моральных норм или норм закона для достижения успеха? (напр. при управлении персонажем в компьютерной игре)			+
Стимулирует ли информационная продукция формирование у ребенка установок на нарушение моральных и нравственно-этических норм?	+		
Выражается ли в информационной продукции идея торжества добра над злом? *			
Выражается ли в информационной продукции сострадание к жертве насилия, жестокости, аморальных и противоправных действий? *			
Выражается ли в информационной продукции осуждение насилия, жестокости, иных аморальных и противоправных поступков отрицательного героя? *			
Выражается ли в информационной продукции отрицательное, осуждающее отношение к отрицательным героям? *			

* См. статьи 7-11 Федерального закона № 436-ФЗ

7. Способствует ли информационная продукция разжиганию расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы? (если это применимо к контенту, нужно подчеркнуть)

Содержит ли информационная продукция следующие примеры, образцы поведения:	Да, вполне	Отчасти	Нет
уничижительный или отчуждающий язык, негативные			-

стереотипы, насмешки, предубеждения в отношении - национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы			
унижение достоинства персонажей по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, принадлежности к какой-либо социальной группе,			-
поиск врага в лице иной национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы			—
дискриминацию и (или) преследование по мотивам расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы			—
осквернение культурных и религиозных символов, предметов, зданий или сооружений с целью дискредитации и (или) осмеяния верований и идентичности другой расовой, национальной или религиозной группы			-

ОБЩЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ, ЦЕННОСТНО-ПРАВСТВЕННОЕ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ, НАЛИЧИЕ ПРАВСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ, ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

1. Содействует ли информационная продукция в целом воспитанию и усвоению целевой аудиторией следующих норм, ценностей, этических представлений, соответствующих нравственным гуманистическим идеалам? (если это применимо к данному контенту)

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет	Скорее пропагандирует противоположные ценности
Ценность семьи, уважение к родителям, старшим			+	
Патриотизм, любовь к отечеству	+		+	
Нормы правомерного (законопослушного) поведения			+	
Ценности образования, познания, расширения кругозора, саморазвития			+	
Культурно-эстетические ценности			+	
Ценности трудовой и иной социально позитивной деятельности			+	
Нравственно-этические нормы поведения			+	

3. Развитие гражданской российской идентичности (если это применимо к данному контенту) Развитие гражданской российской идентичности

Содействует ли информационная продукция?	Да, вполне	Отчасти	Нет
Неправильному представлению о территории и границах России в информационном продукте			+
Искажению смысла и значения основных исторических событий развития государственности и общества России			+
Формированию уничижительного, пренебрежительного отношения к своей стране, ее ценностям, культурным и историческим памятникам, дискредитирует достижения истории и культуры России			+
Дезориентации в правовом пространстве государственно-общественных отношений; основных правах и обязанностях гражданина			+
Развитию гражданской активности ребенка согласно возрастному статусу и возможностям (участие в общественной жизни, школьном самоуправлении в пределах возрастных компетенций, в детских и молодежных общественных организациях)			+
Одобрению за выполнение норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика			+
Стимулированию потребительского, хищнического отношения к природе			+
Искаженному представлению о здоровом образе жизни и его значимости, пропаганде экстремального поведения, сопряженного с риском для здоровья и жизни человека			+

4. Развитие творческих способностей детей и подростков

Содействует ли информационная продукция?	Вполне	Отчасти	Нет
Повышению любознательности, развитию исследовательских способностей, широкому кругозору			-
Развитию творческих способностей и интересов, креативной активности			-
Развитию способностей к творческому личностному и профессиональному самоопределению			-

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ ЭКСПЕРТИЗЫ ПО ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫМ АСПЕКТАМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Адекватно ли, по Вашему мнению, содержание и форма информационной продукции возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории данного издания?

10. Вполне

11. Отчасти

12. Нет

2. Какова преобладающая направленность информационной продукции с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию?

- 10. Позитивная
- 11. Нейтральная
- 12. Негативная

2.3. АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ (КОНТЕНТА) ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАЛИЧИЯ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА (ФЗ, ст.5 части 2, 3)

2.3.1 ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ УГРОЗУ ИХ ЖИЗНИ И (ИЛИ) ЗДОРОВЬЮ (ФЗ, СТ.5, часть 2 п. 1)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Описание и(или) изображение актов самоубийства, попытки самоубийства и натуралистическая демонстрация их последствий	+					
Описание и(или) изображение актов членовредительства (включая пирсинг, нанесение татуировок и иные виды нарушения целостности тканей и органов)			+			
Пропаганда искусственного прерывания беременности			+			
Информация, провоцирующая ребенка к нарушению правил безопасного пользования транспортными средствами и иными источниками повышенной опасности			+			
Информация, провоцирующая детей к использованию предметов опасными для жизни и здоровья способами, не предусмотренными инструкцией			+			
Демонстрация экстремальных видов деятельности без предупреждения о необходимости соблюдения определенных мер безопасности			+			
Демонстрация поведения, опасного для жизни и здоровья ребенка (игра с огнем, немотивированный прием			+			

лекарственных средств и т.п.)						
Демонстрация или пропаганда приема алкогольной и спиртосодержащей продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе			+			
Демонстрация пропаганда курения табака			+			
Пропаганда курения табака			+			
Информация, провоцирующая детей к играм и развлечениям в потенциально опасных для жизни и здоровья местах (на стройплощадке, на краю обрыва, у воды, у горящего костра и т.п.).			+			
Участие в азартных играх			+			
Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования ядовитых и отравляющих веществ, местах их приобретения и сбыта			+			
Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования взрывчатых средств и взрывных устройств, а также оружия, местах их приобретения и сбыта			+			

2.3.2. ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К ПОТРЕБЛЕНИЮ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ИЛИ ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ (ФЗ, СТ.5, часть 2 п. 2)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение

Распространение сведений о:						
– свойствах разных видов наркотических средств и их аналогов						
– способах и методах разработки и изготовления наркотических средств						

– местах приобретения и сбыта наркотических средств						
– сбытчиках наркотических средств						
– способах использования наркотических средств						
– преимущества немедицинского потребления отдельных наркотических средств и их аналогов						
– действующих расценках на наркотические средства						
– местах произрастания наркотиков растительного происхождения (галлюциногенных грибов, опийного мака, конопли)						
– положительном эффекте употребления наркотиков (без назначения врача)						
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским (без назначения врача) потреблением наркотических средств						
Распространение сведений о:						
– свойствах разных видов психотропных веществ						
– способах и методах разработки и изготовления психотропных веществ						
– местах приобретения и сбыта психотропных веществ						
– сбытчиках психотропных веществ						
– способах использования психотропных веществ						
– преимущества немедицинского потребления отдельных психотропных веществ						
– действующих расценках на психотропные вещества						
– положительном эффекте употребления психотропных веществ (без назначения врача)						
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским потреблением психотропных веществ						
Скрытые формы пропаганды						

потребления наркотических средств и психотропных веществ:						
под видом просвещения населения						
под видом просвещения несовершеннолетних и молодежи						
под видом разрешенной рекламы в медицинских целях						
с использованием ссылок на знаменитых людей, употреблявших или употребляющих наркотики для более полной реализации своего таланта и способностей						

2.3.3. УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О КОНТЕНТЕ, СВЯЗАННОМ С УГРОЗОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕБЕНКА (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Описывается, изображается ли поведение, представляющее угрозу жизни, здоровью, безопасности ребенка?	+		
Поощряется ли такое поведение окружающими людьми?		+	
Получает ли позитивное вознаграждение (достигает ли успешности) герой, демонстрирующий рискованное поведение?	+		
Описываются, показываются ли детали рискованного поведения?	+		
Может ли вызвать такое поведение у потребителя информационной продукции чувство страха, ужаса, тревоги, дискомфорта	+		
Способно ли вызывает ли такое поведение у аудитории желание подражать ?		+	

3.2 ИНФОРМАЦИЯ, ПООЩРЯЮЩАЯ ИЛИ ПРИЗЫВАЮЩАЯ ДЕТЕЙ НА АНТИОБЩЕСТВЕННЫЕ И (ИЛИ) ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ФЗ, СТ. 5 часть 2 п. 6)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Раннее вступление в сексуальные отношения, в том числе со сверстниками			+			
Раннее вступление в сексуальные отношения со взрослыми			+			

Сексуализированное поведение и сексуализированные действия			+			
Бродяжничество			+			
Попрошайничество			+			
Совершение актов вандализма и надругательства над предметами, знаково-опознавательными атрибутами и символами религиозного культа			+			
Совершение актов вандализма и надругательства над общенациональными культурно-историческими ценностями			+			
Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ, взрывчатых или ядовитых веществ, оружия			+			
Совершение преступлений и иных деяний, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц (грабёж, кража, киднепинг, терроризм, экстремизм, социальная дискриминация, применение насилия, оскорбление и унижение)			+			
Провокация детей на уголовно наказуемые деяния			+			
Пропаганда обычаев криминального мира			+			
Пропаганда гомосексуализма, эксгибиционизма и иных сексуальных девиаций			+			
Пропаганда порнографии			+			
Пропаганда детской эротики			+			
Пропаганда проституции			+			

3.3. ИНФОРМАЦИЯ, ОБОСНОВЫВАЮЩАЯ ИЛИ ОПРАВДЫВАЮЩАЯ ДОПУСТИМОСТЬ НАСИЛИЯ И (ИЛИ) ЖЕСТОКОСТИ, ЛИБО ПОБЕЖДАЮЩАЯ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ ИЛИ ЖИВОТНЫМ (ФЗ, СТ.5, 2-3)

Тип насилия, демонстрируемый контентом

1. Реальное
2. Воспринимаемое как реальное (расшифровать)
3. Символическое
4. Трудно определить

Виды насилия

19. Физическое
20. Психологическое
21. Социальное (расшифровать)
22. Сексуальное
23. С применением огнестрельного (холодного) оружия

24. Иное

25. Трудно определить

ДЕМОНСТРАЦИЯ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Демонстрация жестокости						
Описание, изображение пыток, истязаний, мучений над человеком						
Глумление над жертвой, т.е. причинение жертве дополнительных страданий						
Демонстрация, описание способов нанесения увечий						
Демонстрация способов лишения жизни						
Демонстрация, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку, животному, иному одухотворенному персонажу						
Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения						
Демонстрация насилия						
Лишение жизни человека или животного						
Умышленное причинение вреда здоровью человека						
Неумышленное причинение вреда здоровью						
Умышленное оскорбление и унижение достоинства человека						
Неумышленное нанесение обиды						
Натуралистическое изображение трупов или их частей или следов кровопролития						
Натуралистическое изображение следов кровопролития						
Символическое изображение смерти или трупов или их частей						
Беспощадное избиение человека						
Символическое изображение следов кровопролития						
Издевательство над животным						

Пропаганда насилия и жестокости*						
----------------------------------	--	--	--	--	--	--

*распространение информации, направленное на формирование в сознании детей установок и (или) стереотипов агрессивного, насильственного поведения либо имеющее целью побудить или побуждающее их к актам противоправного насилия и (или) жестокого обращения с человеком или животным, в том числе путем романтизации или героизации насилия и жестокости, их оправдания, восхваления или представления как нормы поведения либо в качестве приемлемого и (или) предпочтительного способа разрешения конфликтов и жизненных проблем.

УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О ПОВЕДЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ В СИТУАЦИИ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Представляется ли насилие и жестокость правомерным и эффективным средством решения проблем			
Презентируется ли насилие и жестокость как естественный атрибут обычной жизни, неременное условие существования человека			
Представляется ли агрессивное поведение как «престижное», как маркер мужественности			
Демонстрируется ли агрессивное поведение как адекватное, обоснованное?			
Демонстрируется ли агрессивное поведение как вознаграждаемое?			
Обоснована ли агрессия необходимостью спасения людей, защиты от агрессора?			
Терпит ли агрессор поражение, несет ли наказание?			
Несет ли агрессор наказание за свою агрессию?			
Совершается ли насилие положительным персонажем?			
Носит ли изображение или описание насилия излишне натуралистический характер?			
Может ли вызвать у аудитории агрессивное поведение стремление подражать ему?			
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, патриотическими, альтруистическими мотивами (защита Родины, защиты слабого от агрессора)?			
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, личными, семейными мотивами?			
Адекватно ли насилие, совершаемое героем, значимости его цели и присутствуют ли иные способы достижения той же цели?			
Является ли насилие одобряемой, поощряемой нормой поведения между персонажами?			
Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов?			
Проявляется ли привлекательность образа персонажа в агрессивных действиях?			
Носит ли применение оружия при совершении насилия инструктивный (обучающий) характер			

14.4. ИНФОРМАЦИЯ, ОТРИЦАЮЩАЯ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ФОРМИРУЮЩАЯ ОТНОШЕНИЕ К РОДИТЕЛЯМ И (ИЛИ) ДРУГИМ ЧЛЕНАМ СЕМЬИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 4)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Отрицание или принижение ценности социальных институтов семьи, устойчивого брака, дискредитация семьи						
Искажение ориентации и установок в брачно-семейной сфере (пропаганда внесемейных отношений, измены, нетрадиционные формы взаимоотношений полов и т.п.)						
Неуважение к родителям, старшим членам семьи, несущим функцию семейного воспитания, младшим членам семьи						
Непослушание, девиантное поведение, вопреки требованиям родителей (опекунов)?						

Уточняющие вопросы о формировании контентом образа родителей и семьи, учителей и школы (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Формирование образа родителей и семьи			
Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу?			
Доверяют ли родители и дети друг другу?			
Обманывают ли родители и дети друг друга?			
Проявляют ли члены семьи неуважение друг к другу (дети к родителям, родители к детям, родители между собой, дети между собой)?			
Проявляют ли члены семьи агрессию по отношению друг к другу (бьют, унижают, используют оскорбительную лексику)?			
Приходят ли члены семьи на помощь друг другу?			
Демонстрируются ли сексуальные контакты родителей в присутствии детей?			
Формирование образа учителей и школы			
Присутствует ли принижение статуса учителя?			
Обманывают ли учителя и ученики друг друга?			

Проявляют ли неуважение друг к другу?			
Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, оскорбляют, плохо обращаются)?			
Способствует ли данная информационная продукция желанию ребенка ходить в школу?			
Совершают ли учителя противоправные действия (правонарушения или преступления)?			
Совершают ли ученики, оставшиеся безнаказанными, противоправные действия (правонарушения или преступления)?			
Испытывает ли персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			
Испытывает персонаж-ребенок негативное отношение к школе?			

3.5. УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 6)

Употребление ненормативной лексики	Да	Нет
Наличие нецензурных слов и выражений (матерных – по словарям ненормативной лексики) вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		
Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		
Наличие бранных слов (имеющих в толковых словарях такую помету и используемых в бранной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка)		
Наличие вульгарных, жаргонных, экспрессивно-просторечных (имеющих такие словарные пометы) как речевых характеристик персонажей или как средств сюжетной выразительности		

3.6. ИНФОРМАЦИЯ ПОРНОГРАФИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА⁶ (ФЗ, СТ.5, 2-7)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение

⁶ **Информация порнографического характера** - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного (ФЗ, ст. 2-8).

Порнография						
Натуралистические изображение или описание действий сексуального характера						
Натуралистические изображение или описание имитации действий сексуального характера						
Изображение или описание половых органов						
Изображение или детальное описание участия в сексуальном поведении						
Затушеванное или подразумеваемое изображение половых актов						
Секстинг (самостоятельная публикация собственных изображений сексуализированного характера) (для Интернета)						
Детская порнография						
Изображение или описание ребенка, совершающего действия сексуального характера						
Изображение или описание ребенка, имитирующего действия сексуального характера						
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера						
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера						
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием анимации и электронной техники) образа ребенка, совершающего действия сексуального характера,						
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием анимации и электронной техники) образа ребенка, участвующего в совершении действий сексуального характера,						
Изображение или имитация действий сексуального характера по отношению к ребёнку, в том числе в «личном пространстве» ребёнка						
Изображение половых органов ребёнка в сексуальных целях						

Использование детей или лиц похожих на детей в эротических изображениях						
---	--	--	--	--	--	--

3.6.ИНФОРМАЦИЯ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОТОРОЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ ОГРАНИЧЕНО, (ФЗ, СТ.5, ЧАСТЬ 3 П. 2)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;	+					
представляемая в виде изображения или описания преступления или иного антиобщественного действия (не содержащих элементов провокации или пропаганды)						
представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной (за исключением действий сексуального характера);						

3 МОДУЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЭКСПЕРТНО-МЕТОДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы, соответствующих типу и виду продукции.

4 МОДУЛЬ: ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТА

По результатам целостной оценки информационной продукции и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории зрителей (См. Приложение 2)

7. Соответствует
8. Не соответствует

ОБОСНОВАНИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

- Описать степень выраженности признаков
- Соотнести степень выраженности признаков с общим ценностным контекстом информационной продукции При этом необходимо учесть наличие или отсутствие в информационном продукте воспитательного воздействия, эффекта, а именно:

зло в информационной продукции
 не преобладает/преобладает,
 не побеждает/побеждает,
 не торжествует/торжествует;
 злой (агрессивный персонаж, хулиган) наказывается / не наказывается другими
 персонажами и/или же
 самой жизненной ситуацией Явно выраженная суицидальная направленность
 контента. Часть пользователей страницы пытается провести реабилитационную
 работу с автором страницы. Депрессивные иллюстрации на тему суицида.
 Пропаганды суицида как таковой не присутствует, однако информация может
 подтолкнуть ребенка к повторению поступка, т.е. страница может выступить в
 качестве примера.

5 МОДУЛЬ. ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПЕРТА (ФЗ, ст.18 части 1, 2, 3)

Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	
Место проведения экспертизы	
Экспертная организация (название)	
Эксперт (ФИО)	
Образование	
Специальность	
Стаж работы по специальности	
Ученая степень	
Ученое звание	
Место работы	
Должность	

Подпись

Информационный продукт – КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА

МОДУЛЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ информационной продукции в целях экспертизы в соответствии с Федеральным законом №436-ФЗ

ОБЪЕКТ ЭКСПЕРТИЗЫ (Федеральный закон № 436-ФЗ, ст. 6 – 2,1)

Вид информационной продукции (по способу распространения)

- 22. Печать: а) периодические печатные издания; б) непериодические печатные издания (книги).
- 23. Телевидение
- 24. Радио
- 25. Интернет
- 26. Компьютерные игры
- 27. Зрелищные мероприятия
- 28. Мобильный контент

Цель экспертизы - проверка соответствия маркировки информационной продукции критериям классификации информационной продукции, установленным **Федеральным законом № 436-ФЗ**.

СМЕННЫЕ БЛОКИ

Блок 5 КОМПЬЮТЕРНАЯ ИГРА (описать объект)

- 1. Однопользовательская игра
- 2. Многопользовательская игра
- 3. Многопользовательская ролевая игра

Название компьютерной игры World of Warcraft

Адрес в сети Интернет (URL) – если информационный продукт доступен в сети Интернет <https://eu.battle.net/>

Размещение в сети Интернет (если применимо) - отдельный информационный продукт, часть более крупного информационного продукта, отдельный информационный продукт в рамках более крупного информационного продукта

Ориентировочная посещаемость (аудитория) 7.000.000 чел.

Время создания\публикации в сети Интернет (если возможно установить)

Преимущественная ориентированность (целевая аудитория) по региону, возрасту, другим отличительным признакам)

Язык (русский, язык народа Российской Федерации, иностранный язык, комбинация двух или трех вышеуказанных параметров)

Тематика: Ролевая игра на фэнтезийную тему

Содержание: приключения героя в фантастическом мире.

12. МОДУЛЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПРЕДМЕТА ЭКСПЕРТИЗЫ

2.1. Суть претензий к информационной продукции, адресованные эксперту

2.2. Особенности восприятия информационной продукции детьми определенной возрастной категории, которой она предназначена (статьи 2 - 2² Федерального закона № 436-ФЗ, п.2 части 2 ст. 6)

Предварительные замечания.

В значительной степени экспертиза особенностей восприятия информационной продукции, как это сформулировано в п.2 части 2 ст.6 Федерального закона, заведомо носит предположительный, субъективированный характер, поскольку эксперт не изучает особенности восприятия детьми исследуемого текста, но, опираясь на знание соответствующей литературы, на свой жизненный опыт, может предположить, какие эффекты способны произвести те или иные тексты. Поэтому ряд позиций возможно выяснить только методом анкетного опроса. При этом важно иметь в виду, что это касается только тех аспектов, которые существуют в экспертируемом тексте, поэтому часть вопросов может остаться без ответа.

ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА

4. Тип творчества:

1. Журналистика
2. Беллетристика
3. Развлекательный контент (массовая культура)
4. Игры
5. Дискуссия\общение
6. Контент дневникового характера
7. Другое

2. Способ отображения (культурное пространство событий)

1. Пространство реальной жизни
2. Вымышленное, но правдоподобное
3. Вымышленное мифологическое пространство

3. Визуальное оформление информационной продукции в целом

15. Светлый, радостный тон
16. Нейтральный тон
17. Мрачный, темный тон

4. Художественно-эстетические характеристики продукта (отметьте по шкале от +2 до – 2 (поставьте крестики в соответствующих графах)

	+2	+1	0 (нейтральная характеристика)	–1	–2	
Прекрасное			+			Безобразное
Возвышенное			+			Низменное
Гармоничное		+				Дисгармоничное

5. Наличие и характеристики юмора (если применимо к контенту)

Тип юмора:

1. Юмор
2. Ирония
3. Сарказм
5. Иное

6. Вид юмора

1. Интеллектуальный
2. Эротический
3. Политический
4. Иной тип

7. Характеристика информационной продукции

1. Оптимистическая
2. Комическая
3. Драматическая
4. Трагическая
5. Наблюдающая, описательная (фиксирующая события)
- 5..Иная

29. Характеристика интенсивности информационного воздействия на сознание и поведение детей

9. наличие в информационной продукции отдельных эпизодов (1-2), содержащих информацию, способную причинить вред здоровью и развитию детей;
10. кратковременное описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
11. многоэпизодное (3 и более) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;
12. продолжительное по времени (указать) описание и (или) изображение информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей;

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ И ИХ ПОВЕДЕНИЯ

1. Типы главных героев, персонажей

24. Реальные исторические персонажи (напр. Гай Юлий Цезарь, В.И. Чапаев)
25. Реальные современные персонажи (В.В. Познер, Валерия)
26. Художественные образы (Шерлок Холмс, Незнайка)
27. Нереальные, фантастические (эльфы, говорящие животные и т.п.)
28. Абстрактные (АВС)
29. Другое (*записать*)

2. Характеристики героев, персонажей

18. Преобладают положительные герои
19. Преобладают отрицательные персонажи
20. Преобладают нейтральные персонажи
21. Ситуация не ясна

3. Какова интенсивность эмоций, переживаемых персонажами?

16. Сильная
17. Умеренная
18. Слабая
19. Трудно определить

4. Побеждают

14. Положительные герои
15. Отрицательные персонажи
16. Нейтральные персонажи
17. Трудно определить

5. Модели поведения, характеристики главных персонажей разных типов

(поставьте крестики в соответствующих графах таблицы, если в контенте можно определить поведение персонажей)

Модели поведения	Реалистичные персонажи			Нереалистичные персонажи		
	Положительные	Нейтральные	Отрицательные	Положительные	Нейтральные	Отрицательные
Мотивация поступков героев				+	+	
Альтруистическая						
Эгоистическая				+	+	+
Группоцентрическая (ориентированная на ближний круг)				+	+	+
Социоцентрическая (ориентированная на общество)				+	+	
Тип коммуникации				+	+	+
Монолог						
Диалог				+	+	+
Полилог (общение нескольких персонажей)				+	+	+
Манипуляция				+	+	+
Игровое общение						
Способ разрешения конфликта						
Конструктивный				+	+	
Деструктивный (конфликт сопровождается агрессией)				+	+	+
Уход от конфликта				+	+	
Степень привлекательности образа персонажа				+	+	
Привлекательный						
Нейтральная характеристика				+	+	+
Неприятный					+	+
Вызывающий страх, ужас, испуг						+
Вектор поведения,				+	+	

воздействия, общения Дружественный						
Отстраненно- нейтральный					+	
Враждебный						+
Тип действий, к которым побуждается аудитория Созидательный, направленный на развитие				+	+	+
Защитный, охранительный				+	+	+
Агрессивный, деструктивный, жестокий				+	+	+
Не содержит побудительных действий				+	+	+
Наличие в тексте вербальных оценок персонажа Положительная				+	+	+
Отрицательная						
Нет оценки				+	+	+

6. Уточняющие вопросы о поведении персонажей в контексте моральных и нравственно-этических норм (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Соответствует ли поведение персонажей классическим культурным и этическим отечественным ценностям(т.е. ценностям, позитивно или нейтрально воспринимаемых большинством членов общества)?	+		
Соответствует ли поведение персонажей общечеловеческим культурным и этическим ценностям?	+		
Находится ли поведение персонажей в русле культурных и этических ценностей, разделяемых (позитивно или нейтрально воспринимаемых) основной декларируемой целевой аудиторией информационного продукта?	+		
Имеет ли конечный успех персонаж, следующий моральным и нравственно-этическим нормам?		+	
Имеет ли конечный успех персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы?		+	
Привлекателен ли персонаж, нарушающий моральные и нравственно-этические нормы, для потребителя информационной продукции?		+	
Создает ли информационная продукция у ребенка		+	

установку на положительную оценку «героя» при следовании им в поведении моральным и нравственно-этическим нормам и отрицательную оценку при их нарушении			
Есть ли выбор между двумя моральными нормами (если выполняет одну норму, то при этом нарушает другую норму)?	+		
Вызывает ли поведение нарушителя моральной нормы желание подражать ему?			+
Требуется ли нарушение моральных норм или норм закона для достижения успеха? (напр. при управлении персонажем в компьютерной игре)		+	
Стимулирует ли информационная продукция формирование у ребенка установок на нарушение моральных и нравственно-этических норм?			+
Выражается ли в информационной продукции идея торжества добра над злом? *		+	
Выражается ли в информационной продукции сострадание к жертве насилия, жестокости, аморальных и противоправных действий? *	+		
Выражается ли в информационной продукции осуждение насилия, жестокости, иных аморальных и противоправных поступков отрицательного героя? *	+		
Выражается ли в информационной продукции отрицательное, осуждающее отношение к отрицательным героям? *	+		

* См. статьи 7-11 Федерального закона № 436-ФЗ

7. Способствует ли информационная продукция разжиганию расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы? *(если это применимо к контенту, нужно подчеркнуть)*

Содержит ли информационная продукция следующие примеры, образцы поведения:	Да, вполне	Отчасти	Нет
уничижительный или отчуждающий язык, негативные стереотипы, насмешки, предубеждения в отношении - национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы		+	
унижение достоинства персонажей по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, принадлежности к какой-либо социальной группе,		+	
поиск врага в лице иной национальной, этнической, расовой, религиозной или социальной группы		+	
дискриминацию и (или) преследование по мотивам расовой, национальной или религиозной ненависти или вражды либо ненависти или вражды в отношении какой-либо социальной группы		+	
осквернение культурных и религиозных символов, предметов, зданий или сооружений с целью дискредитации и (или) осмеяния верований и идентичности другой			+

расовой, национальной или религиозной группы			
--	--	--	--

ОБЩЕЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ, ЦЕННОСТНО-ПРАВСТВЕННОЕ, СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ, НАЛИЧИЕ ПРАВСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ, ПОВЕДЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

1. Содействует ли информационная продукция в целом воспитанию и усвоению целевой аудиторией следующих норм, ценностей, этических представлений, соответствующих нравственным гуманистическим идеалам? (если это применимо к данному контенту)

Варианты ответов	Содействует	Отчасти	Нет	Скорее пропагандирует противоположные ценности
Ценность семьи, уважение к родителям, старшим	+			
Патриотизм, любовь к отечеству		+		
Нормы правомерного (законопослушного) поведения		+		
Ценности образования, познания, расширения кругозора, саморазвития		+		
Культурно-эстетические ценности		+		
Ценности трудовой и иной социально позитивной деятельности		+		
Нравственно-этические нормы поведения		+		

3. Развитие гражданской российской идентичности (если это применимо к данному контенту) Развитие гражданской российской идентичности

Содействует ли информационная продукция?	Да, вполне	Отчасти	Нет
Неправильному представлению о территории и границах России в информационном продукте			+
Искажению смысла и значения основных исторических событий развития государственности и общества России			+
Формированию уничижительного, пренебрежительного отношения к своей стране, ее ценностям, культурным и историческим памятникам, дискредитирует достижения истории и культуры России			+
Дезориентации в правовом пространстве государственно-общественных отношений; основных правах и обязанностях гражданина			+
Развитию гражданской активности ребенка сообразно			+

возрастному статусу и возможностям (участие в общественной жизни, школьном самоуправлении в пределах возрастных компетенций, в детских и молодежных общественных организациях)			
Одобрению за выполнение норм и требований школьной жизни, прав и обязанностей ученика			+
Стимулированию потребительского, хищнического отношения к природе			+
Искаженному представлению о здоровом образе жизни и его значимости, пропаганде экстремального поведения, сопряженного с риском для здоровья и жизни человека			+

4. Развитие творческих способностей детей и подростков

<i>Содействует ли информационная продукция?</i>	Вполне	Отчасти	Нет
Повышению любознательности, развитию исследовательских способностей, широкому кругозору		+	
Развитию творческих способностей и интересов, креативной активности			+
Развитию способностей к творческому личностному и профессиональному самоопределению			+

ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ИТОГИ ЭКСПЕРТИЗЫ ПО ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫМ АСПЕКТАМ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Адекватно ли, по Вашему мнению, содержание и форма информационной продукции возрастным особенностям, культурному и образовательному уровню целевой аудитории данного издания?

- 13. Вполне
- 14. Отчасти
- 15. Нет

2. Какова преобладающая направленность информационной продукции с точки зрения его возможного воздействия на целевую аудиторию?

- 13. Позитивная
- 14. Нейтральная
- 15. Негативная

2.3. АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ (КОНТЕНТА) ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ НАЛИЧИЯ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И РАЗВИТИЯ РЕБЁНКА (ФЗ, ст.5 части 2, 3)

2.3.1 *ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К СОВЕРШЕНИЮ ДЕЙСТВИЙ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ УГРОЗУ ИХ ЖИЗНИ И (ИЛИ) ЗДОРОВЬЮ (ФЗ, СТ.5, часть 2 п. 1)*

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Описание и(или) изображение актов самоубийства, попытки самоубийства и натуралистическая демонстрация их последствий			+			
Описание и(или) изображение актов членовредительства (включая пирсинг, нанесение татуировок и иные виды нарушения целостности тканей и органов)			+			
Пропаганда искусственного прерывания беременности			+			
Информация, провоцирующая ребенка к нарушению правил безопасного пользования транспортными средствами и иными источниками повышенной опасности			+			
Информация, провоцирующая детей к использованию предметов опасными для жизни и здоровья способами, не предусмотренными инструкцией			+			
Демонстрация экстремальных видов деятельности без предупреждения о необходимости соблюдения определенных мер безопасности			+			
Демонстрация поведения, опасного для жизни и здоровья ребенка (игра с огнем, немотивированный прием лекарственных средств и т.п.)			+			
Демонстрация или пропаганда приема алкогольной и спиртосодержащей продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе		+				
Демонстрация пропаганда курения табака			+			
Пропаганда курения табака			+			
Информация, провоцирующая детей к играм и развлечениям в потенциально опасных для жизни и здоровья местах (на стройплощадке, на краю обрыва, у воды, у горящего костра и т.п.).			+			
Участие в азартных играх			+			

Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования ядовитых и отравляющих веществ, местах их приобретения и сбыта			+			
Информация о способах и методах разработки, изготовления и использования взрывчатых средств и взрывных устройств, а также оружия, местах их приобретения и сбыта			+			

2.3.2. ИНФОРМАЦИЯ, ПОБУЖДАЮЩАЯ ДЕТЕЙ К ПОТРЕБЛЕНИЮ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ИЛИ ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ (ФЗ, СТ.5, часть 2 п. 2)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение

<i>Распространение сведений о:</i>						
– свойствах разных видов наркотических средств и их аналогов			+			
– способах и методах разработки и изготовления наркотических средств			+			
– местах приобретения и сбыта наркотических средств			+			
– сбытчиках наркотических средств			+			
– способах использования наркотических средств			+			
– преимуществах немедицинского потребления отдельных наркотических средств и их аналогов			+			
– действующих			+			

расценках на наркотические средства						
– местах произрастания наркотиков растительного происхождения (галлюциногенных грибов, опийного мака, конопли)			+			
– положительном эффекте употребления наркотиков (без назначения врача)			+			
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским (без назначения врача) потреблением наркотических средств						
Распространение сведений о:						
– свойствах разных видов психотропных веществ			+			
– способах и методах разработки и изготовления психотропных веществ			+			
– местах приобретения и сбыта психотропных веществ			+			
– сбытчиках психотропных веществ			+			
– способах использования психотропных веществ			+			
– преимуществах немедицинского потребления отдельных психотропных веществ			+			
– действующих расценках на психотропные вещества			+			
– положительном эффекте употребления психотропных веществ (без назначения врача)			+			
Нивелирование вреда, причиняемого немедицинским потреблением психотропных веществ			+			

Скрытые формы пропаганды потребления наркотических средств и психотропных веществ:			+			
под видом просвещения населения			+			
под видом просвещения несовершеннолетних и молодежи						
под видом разрешенной рекламы в медицинских целях			+			
с использованием ссылок на знаменитых людей, употреблявших или употребляющих наркотики для более полной реализации своего таланта и способностей			+			

2.3.3. УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О КОНТЕНТЕ, СВЯЗАННОМ С УГРОЗОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕБЕНКА (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Описывается, изображается ли поведение, представляющее угрозу жизни, здоровью, безопасности ребенка?			+
Поощряется ли такое поведение окружающими людьми?			
Получает ли позитивное вознаграждение (достигает ли успешности) герой, демонстрирующий рискованное поведение?			
Описываются, показываются ли детали рискованного поведения?			+
Может ли вызвать такое поведение у потребителя информационной продукции чувство страха, ужаса, тревоги, дискомфорта			
Способно ли вызывает ли такое поведение у аудитории желание подражать ?			

3.2 ИНФОРМАЦИЯ, ПООЩРЯЮЩАЯ ИЛИ ПРИЗЫВАЮЩАЯ ДЕТЕЙ НА АНТИОБЩЕСТВЕННЫЕ И (ИЛИ) ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ (ФЗ, СТ. 5 часть 2 п. 6)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной,	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение

		фоновой				
Раннее вступление в сексуальные отношения, в том числе со сверстниками			+			
Раннее вступление в сексуальные отношения со взрослыми			+			
Сексуализированное поведение и сексуализированные действия			+			
Бродяжничество			+			
Попрошайничество			+			
Совершение актов вандализма и надругательства над предметами, знаково-опознавательными атрибутами и символами религиозного культа			+			
Совершение актов вандализма и надругательства над общенациональными культурно-историческими ценностями			+			
Описание или демонстрация приготовления наркотических веществ, взрывчатых или ядовитых веществ, оружия			+			
Совершение преступлений и иных деяний, грубо нарушающих права и законные интересы других лиц (грабёж, кража, киднепинг, терроризм, экстремизм, социальная дискриминация, применение насилия, оскорбление и унижение)			+			
Провокация детей на уголовно наказуемые деяния			+			
Пропаганда обычаев криминального мира			+			
Пропаганда гомосексуализма, эксгибиционизма и иных сексуальных девиаций			+			
Пропаганда порнографии			+			
Пропаганда детской эротики			+			
Пропаганда проституции			+			

3.3. ИНФОРМАЦИЯ, ОБОСНОВЫВАЮЩАЯ ИЛИ ОПРАВДЫВАЮЩАЯ ДОПУСТИМОСТЬ НАСИЛИЯ И (ИЛИ) ЖЕСТОКОСТИ, ЛИБО ПОБЕЖДАЮЩАЯ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ ИЛИ ЖИВОТНЫМ (ФЗ, СТ.5, 2-3)

Тип насилия, демонстрируемый контентом

1. Реальное
2. Воспринимаемое как реальное (расшифровать)
3. Символическое
4. Трудно определить

Виды насилия

- 26. Физическое
- 27. Психологическое
- 28. Социальное (расшифровать)
- 29. Сексуальное
- 30. С применением огнестрельного (холодного) оружия
- 31. Иное
- 32. Трудно определить

ДЕМОНСТРАЦИЯ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобряется	Не одобряется	Нейтральное отношение
Демонстрация жестокости						
Описание, изображение пыток, истязаний, мучений над человеком			+			
Глумление над жертвой, т.е. причинение жертве дополнительных страданий		+				
Демонстрация, описание способов нанесения увечий			+			
Демонстрация способов лишения жизни		+				
Демонстрация, описание действий, причиняющих физические или психические страдания человеку, животному, иному одухотворенному персонажу		+				
Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения			+			
Демонстрация насилия						
Лишение жизни человека или животного	+					
Умышленное причинение вреда здоровью человека	+					
Неумышленное причинение вреда здоровью		+				
Умышленное оскорбление и унижение достоинства человека		+				
Неумышленное нанесение обиды	+					
Натуралистическое изображение трупов или их частей или следов кровопролития			+			
Натуралистическое изображение следов кровопролития			+			

Символическое изображение смерти или трупов или их частей	+					
Беспощадное избиение человека			+			
Символическое изображение следов кровопролития	+					
Издевательство над животным			+			
<i>Пропаганда насилия и жестокости*</i>			+			

*распространение информации, направленное на формирование в сознании детей установок и (или) стереотипов агрессивного, насильственного поведения либо имеющее целью побудить или побуждающее их к актам противоправного насилия и (или) жестокого обращения с человеком или животным, в том числе путем романтизации или героизации насилия и жестокости, их оправдания, восхваления или представления как нормы поведения либо в качестве приемлемого и (или) предпочтительного способа разрешения конфликтов и жизненных проблем.

УТОЧНЯЮЩИЕ ВОПРОСЫ О ПОВЕДЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ В СИТУАЦИИ ЖЕСТОКОСТИ И НАСИЛИЯ (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Представляется ли насилие и жестокость правомерным и эффективным средством решения проблем	+		
Презентируется ли насилие и жестокость как естественный атрибут обычной жизни, неременное условие существования человека			+
Представляется ли агрессивное поведение как «престижное», как маркер мужественности	+		
Демонстрируется ли агрессивное поведение как адекватное, обоснованное?	+		
Демонстрируется ли агрессивное поведение как вознаграждаемое?	+		
Обоснована ли агрессия необходимостью спасения людей, защиты от агрессора?	+		
Терпит ли агрессор поражение, несет ли наказание?		+	
Несет ли агрессор наказание за свою агрессию?		+	
Совершается ли насилие положительным персонажем?	+		
Носит ли изображение или описание насилия излишне натуралистический характер?			+
Может ли вызвать у аудитории агрессивное поведение стремление подражать ему?			+
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, патриотическими, альтруистическими мотивами (защита Родины, защиты слабого от агрессора)?	+		
Руководствуется ли герой, совершающий насилие, личными, семейными мотивами?	+		
Адекватно ли насилие, совершаемое героем, значимости его цели и присутствуют ли иные способы достижения той же цели?	+		
Является ли насилие одобряемой, поощряемой нормой поведения между персонажами?		+	

Оправдывается ли применение любых форм насилия как средства разрешения конфликтов?		+	
Проявляется ли привлекательность образа персонажа в агрессивных действиях?		+	
Носит ли применение оружия при совершении насилия инструктивный (обучающий) характер			+

17.4. ИНФОРМАЦИЯ, ОТРИЦАЮЩАЯ СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ И ФОРМИРУЮЩАЯ ОТНОШЕНИЕ К РОДИТЕЛЯМ И (ИЛИ) ДРУГИМ ЧЛЕНАМ СЕМЬИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 4)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобрается	Не одобряется	Нейтральное отношение
Отрицание или принижение ценности социальных институтов семьи, устойчивого брака, дискредитация семьи			+			
Искажение ориентации и установок в брачно-семейной сфере (пропаганда внесемейных отношений, измены, нетрадиционные формы взаимоотношений полов и т.п.)			+			
Неуважение к родителям, старшим членам семьи, несущим функцию семейного воспитания, младшим членам семьи		+				
Непослушание, девиантное поведение, вопреки требованиям родителей (опекунов)?		+				

Уточняющие вопросы о формировании контентом образа родителей и семьи, учителей и школы (если это применимо к контенту)

Вопросы	Да, вполне	Отчасти	Нет
Формирование образа родителей и семьи			
Проявляют ли члены семьи любовь и привязанность друг к другу?	+		
Доверяют ли родители и дети друг другу?	+		
Обманывают ли родители и дети друг друга?			
Проявляют ли члены семьи неуважение друг к другу (дети к родителям, родители к детям, родители между собой, дети между собой)?			+
Проявляют ли члены семьи агрессию по отношению друг к другу (бьют, унижают, используют оскорбительную лексику)?		+	

Приходят ли члены семьи на помощь друг другу?	+		
Демонстрируются ли сексуальные контакты родителей в присутствии детей?			+
Формирование образа учителей и школы			
Присутствует ли принижение статуса учителя?			+
Обманывают ли учителя и ученики друг друга?			+
Проявляют ли неуважение друг к другу?			+
Проявляют ли агрессию по отношению друг к другу (издеваются, унижают, оскорбляют, плохо обращаются)?			+
Способствует ли данная информационная продукция желанию ребенка ходить в школу?			+
Совершают ли учителя противоправные действия (правонарушения или преступления)?			+
Совершают ли ученики, оставшиеся безнаказанными, противоправные действия (правонарушения или преступления)?			+
Испытывает ли персонаж-ребенок позитивное отношение к школе?			+
Испытывает персонаж-ребенок негативное отношение к школе?			+

3.5. УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ (ФЗ, СТ.5 часть 2 п. 6)

Употребление ненормативной лексики	Да	Нет
Наличие нецензурных слов и выражений (матерных – по словарям ненормативной лексики) вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		+
Ненормативные речевые обороты и выражения, сходные до степени смешения с нецензурными вне зависимости от их сюжетной или персонажной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка		+
Наличие бранных слов (имеющих в толковых словарях такую помету и используемых в бранной функции, особенно в адрес ребенка или из уст ребенка)		+
Наличие вульгарных, жаргонных, экспрессивно-просторечных (имеющих такие словарные пометы) как речевых характеристик персонажей или как средств сюжетной выразительности	+	

3.6. ИНФОРМАЦИЯ ПОРНОГРАФИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА⁷ (ФЗ, СТ.5, 2-7)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте	Оценочное отношение
------------------	--------------------------------------	---------------------

⁷ **Информация порнографического характера** - информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного (ФЗ, ст. 2-8).

	Отчет-ливо выра-жена	Присут-ствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобря-ется	Не одоб-ряет-ся	Нейтра-льное отно-шение
Порнография						
Натуралистические изображение или описание действий сексуального характера			+			
Натуралистические изображение или описание имитации действий сексуального характера			+			
Изображение или описание половых органов			+			
Изображение или детальное описание участия в сексуальном поведении			+			
Затушеванное или подразумеваемое изображение половых актов			+			
Секстинг (самостоятельная публикация собственных изображений сексуализированного характера) (для Интернета)			+			
Детская порнография						
Изображение или описание ребенка, совершающего действия сексуального характера			+			
Изображение или описание ребенка, имитирующего действия сексуального характера			+			
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера			+			
Изображение или описание совершеннолетнего лица, имитирующего ребенка, совершающего или имитирующего действия сексуального характера			+			
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием анимации и электронной техники) образа ребенка, совершающего действия сексуального характера,			+			
Реалистичные изображения (в том числе созданные с использованием анимации и электронной техники) образа ребенка, участвующего в совершении действий сексуального характера,			+			
Изображение или имитация действий сексуального характера по			+			

отношению к ребёнку, в том числе в «личном пространстве» ребёнка						
Изображение половых органов ребёнка в сексуальных целях			+			
Использование детей или лиц похожих на детей в эротических изображениях			+			

3.6.ИНФОРМАЦИЯ, РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОТОРОЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ ОГРАНИЧЕНО, (ФЗ, СТ.5, ЧАСТЬ 3 П. 2)

Варианты ответов	Степень выраженности темы в контенте			Оценочное отношение		
	Отчетливо выражена	Присутствует в качестве побочной, фоновой	Нет этой темы	Одобрается	Не одобряется	Нейтральное отношение
вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;		+			+	
представляемая в виде изображения или описания преступления или иного антиобщественного действия (не содержащих элементов провокации или пропаганды)			+			
представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной (за исключением действий сексуального характера);			+			

3 МОДУЛЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЭКСПЕРТНО-МЕТОДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ⁸

Обоснование экспертом дополнительных методических процедур экспертизы, соответствующих типу и виду продукции.

4 МОДУЛЬ: ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТА

По результатам целостной оценки информационной продукции и в соответствии с положениями закона №436-ФЗ принимается решение о его соответствии определённой возрастной категории зрителей (См. Приложение 2)

9. Соответствует 12+

10. Не соответствует

⁸ Будет предложен глоссарий основных понятий методики экспертизы.

ОБОСНОВАНИЕ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

- Описать степень выраженности признаков
- Соотнести степень выраженности признаков с общим ценностным контекстом информационной продукции При этом необходимо учесть наличие или отсутствие в информационном продукте воспитательного воздействия, эффекта, а именно:

зло в информационной продукции

не преобладает/преобладает,

не побеждает/побеждает,

не торжествует/торжествует;

злой (агрессивный персонаж, хулиган) наказывается / не наказывается другими персонажами (например, «Колобок») и/или же самой жизненной ситуацией (м/ф «Ну, погоди!»).

Игра является развлекательным продуктом, содержит многократные эпизоды нереалистически изображаемого физического насилия в вымышленном пространстве и соответствует возрастной категории 12+

5 МОДУЛЬ. ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПЕРТА (ФЗ, ст.18 части 1, 2, 3)

Дата проведения экспертизы (здесь и далее записать во второй колонке)	14.11.13
Место проведения экспертизы	Москва, МГУ
Экспертная организация (название)	
Эксперт (ФИО)	Макалатия А.Г.
Образование	Психолог
Специальность	Психолог, преподаватель психологии
Стаж работы по специальности	16 лет
Ученая степень	
Ученое звание	
Место работы	МГУ им. М.В. Ломоносова
Должность	ст. науч.сотр.

Подпись