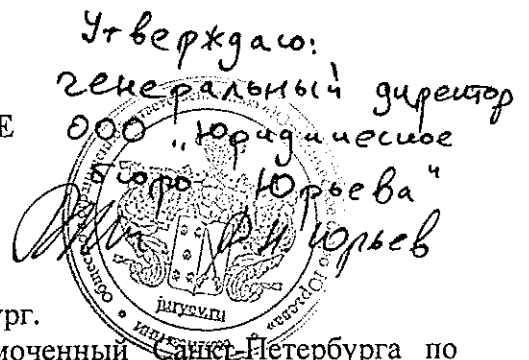


ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№ 20

Утверждаю:
генеральный директор
ООО «Юридическое
бюро Юрьева»
М.И. Юрьев



Период проведения экспертизы: 5.02.2018

Место проведения экспертизы: г. Санкт-Петербург.

Заказчик экспертизы: общественный уполномоченный Санкт-Петербурга по защите семьи О.И. Баранец.

Основание для проведения экспертизы: договор на оказание услуг по проведению экспертизы информационной продукции от 02.02.2018 (заключен между заказчиком и экспертом).

Сведения об эксперте и экспертной организации.

Эксперт: Шустова Вероника Андреевна.

Сведения об образовании: высшее психологическое. Санкт-Петербургский государственный университет, факультет психологии.

Место работы: Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение здравоохранения «Психоневрологический дом ребенка № 6».

Занимаемая должность: педагог-психолог высшей квалификационной категории.

Стаж работы по специальности: 13 лет.

Место работы, должность: ООО «Юридическое бюро Юрьева», эксперт по оценке соответствия произведений законодательству о защите детей от негативной информации.

Экспертная организация: общество с ограниченной ответственностью «Юридическое бюро Юрьева» (<http://jurguev.ru>). Приказ Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций об аккредитации экспертной организации № 163 от 07.06.16.

Объекты исследований и материалы, представленные для проведения экспертизы.

На экспертизу Заказчиком представлены фотоизображение в формате JPEG. Фотоизображение содержит макет рекламы новогодней сказки «Чудо-Юдо» театра ЛДМ. Реклама расположена в вагонах метрополитена г. Санкт-Петербурга.



Шустова В.А.



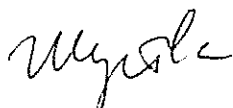
Краткое содержание (тематика, жанр, художественное оформление) объекта экспертизы представлены в Таблице 1.

Таблица 1.

Наименование объекта	Краткое описание	Предоставленные материалы
<p>Фотоизображение рекламного плаката спектакля «Чудо-Юдо»</p>	<p>Рекламный плакат информационной продукции (новогодняя сказка для детей), размещенный в вагонах метрополитена г. Санкт-Петербурга.</p> <p>На рекламном плакате информационной продукции изображены три персонажа новогодней сказки «Чудо-Юдо».</p> <p>Слева темноволосая женщина в синем платье, в головном уборе с рогами. Посередине женщина в темном кителе, в высоком головном уборе с круглым дном, наподобие кивера у гусар, с нечеловеческими острыми ушами. Глаза женщины широко раскрыты, на лице специальный грим. Далее, правее от зрителя - мужчина, лысый, с острыми нечеловеческими ушами. Рот мужчины очень широко открыт, виднеются большие «вампирские» клыки. Лицо «Вампира» наклонено в сторону справа от него стоящей женщины. Левая рука в черной перчатке тянется к женщине справа от него. Задний фон рекламного плаката изображен в сине-голубых тонах, нечетко очерчены деревья и из-за дерева выглядывает некое существо зеленого цвета.</p> <p>Также макет рекламы содержит надписи: место действия новогодней сказки, даты проведения.</p> <p>Справа около даты проведения - знак информационной продукции 0+</p>	<p>Фотоизображение в одном экземпляре в формате JPEG</p>

Вопросы, поставленные заказчиком перед экспертом.

Шустова В.А.



1. Имеется ли в информационной продукции информация, причиняющая вред здоровью и (или) развитию детей?
2. Соответствует или не соответствует информационная продукция определённой категории информационной продукции:
 - для детей, не достигших возраста шести лет;
 - для детей, достигших возраста двенадцати лет;
 - для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
 - запрещённая для детей?

Нормативные и правовые акты, литература, используемые при проведении экспертизы.

1. Конвенция о правах ребенка (принята 20 ноября 1989 г. Резолюцией №44/25 Генеральной Ассамблеи ООН) // Права человека: Сборник международных договоров. Т. I. Универсальные договоры. Нью-Йорк и Женева: Организация Объединенных Наций, 1994. С. 193 - 221.
2. Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее по тексту - ФЗ № 436-ФЗ);
3. Рекомендации по применению Федерального закона от 05.04.2013 №34-ФЗ «О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» и статью 13.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», подготовленные с учетом обсуждений, прошедших в Роскомнадзоре с участием представителей основных телеканалов, радиоканалов, периодических печатных изданий, сетевых изданий, а также Экспертной комиссии при Роскомнадзоре и специалистов Института русского языка им. В.В. Виноградова // Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://rkn.gov.ru/docs/Rekomendacii_po_primeneniju_zakona_o_necenzurnoj_branii1.doc
4. Приказ Минкомсвязи России от 29.08.2012 № 217 «Об утверждении порядка проведения экспертизы информационной продукции в целях обеспечения информационной безопасности детей»;
5. Концепция информационной безопасности детей // Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://rkn.gov.ru/mass-communications/p700/p701/>
6. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
7. Указ Президента РФ от 1 июня 2012 г. № 761 «О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы»;
8. Приложение № 1 «Методика, рекомендуемая к использованию при проведении экспертизы информационной продукции в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ» [Электронный ресурс]: https://rkn.gov.ru/docs/Prilozhenie_1.pdf (далее по тексту - Приложение № 1 Концепции информационной безопасности детей);
9. Приложение № 2 «Методика классификации экспертом информационной

продукции по возрастным категориям детей и подростков 0-6 лет, 6-12 лет, 12-16 лет и 16-18 лет» [Электронный ресурс]: https://rkn.gov.ru/docs/Prilozhenie_2.pdf (далее по тексту - Приложение № 2 Концепции информационной безопасности детей).

10. Приложение № 3 «Методика проверки правильности возрастной маркировки информационного продукта в случае спорных ситуаций в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ [Электронный ресурс] https://rkn.gov.ru/docs/Prilozhenie_3.pdf

11. Бирюкова Т.А., Егоров Ю.В., Захарова Н.А., Михалёва Т.Н., Юдина А.Б. Комментарий к Федеральному закону от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (постатейный) (под ред. Н.Н. Ковалевой).

12. Выготский Л. С Развитие высших психических функций.- М, 1960.

13. Ожегов С.И. Словарь русского языка:Ок.57000слов/Под ред.Н.Ю. шведовой.- М.:Рус.яз.,1983.-816 с.

14. Кэррол Э. Изард Психология эмоций.- Питер, 2007.

15. Даниэл Гоулман Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ.- Изд-во: Мани, Иванов и Фербер,2013

Содержание и результат исследования.

Так как рекламный плакат содержит рекламу информационной продукции, а именно рекламу новогодней сказки для детей и находится в местах, доступных для детей, то согласно ст.2 ФЗ 436-ФЗ на данный объект экспертизы распространяется действие Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

При проведении экспертизы эксперт использовал два основных метода:

1) Метод контент-анализа информации объекта экспертизы на предмет наличия информации, причиняющий вред здоровью и/или развитию детей в соответствии ФЗ № 436-ФЗ

2) Метод анализа нормативно-возрастных особенностей, основанный на Приложении 1 Концепции информационной безопасности детей.

Эксперт использует данный метод для того, чтобы наглядно показать, насколько адекватно ребенок (определенной возрастной категории) способен воспринимать объект экспертизы.

В соответствии со ст. 5 ФЗ № 436-ФЗ к информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей, относится:

Информация, запрещенная для распространения среди детей:

1. побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;

2. способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, принять участие в азартных играх, заниматься

проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;

3. обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;

4. отрицающая семейные ценности, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;

5. оправдывающая противоправное поведение;

6. содержащая нецензурную брань;

7. содержащая информацию порнографического характера;

8. о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия), включая фамилии, имена, отчества, фото- и видеоизображения такого несовершеннолетнего, его родителей и иных законных представителей, дату рождения такого несовершеннолетнего, аудиозапись его голоса, место его жительства или место временного пребывания, место его учебы или работы, иную информацию, позволяющую прямо или косвенно установить личность такого несовершеннолетнего.

Информация, распространение которой среди детей определенных возрастных категорий ограничено:

1. представляемая в виде изображения или описания жестокости, физического и (или) психического насилия, преступления или иного антиобщественного действия;

2. 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;

3. представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной;

4. содержащая бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани.

В соответствии с требованиями ФЗ № 436-ФЗ, предъявляемыми к принципам классификации информационной продукции, и с учетом рекомендаций Приложения № 2 Концепции Информационной безопасности детей были определены категории контент-анализа и подкатегории.

Категория 1 «Насилие и жестокость»

Категория 2 «Совершение действий, представляющих угрозу жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству»

Категория 3 «Объекты, которые могут вызвать страх, ужас, панику»

Категория 4 «Бранные слова и выражения»

Категория 5 «Сексуальные отношения»

Категория 6 «Антиобщественные, противоправные действия и преступления».

Категория 7 «Семейные ценности»

Результаты контент-анализа объектов экспертизы на предмет наличия информации, причиняющей вред здоровью и/или развитию детей приведены в Таблице 2

Шустова В.А.



Таблица 2.

Категории	Подкатегории	Наличие в объекте экспертизы
1.Насилие и жестокость	Информация, обосновывающая и оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости по отношению к людям или животным.	Нет
	Натуралистический показ процесса лишения жизни или нанесения увечий при отсутствии сострадания к жертве	Нет
	Ненатуралистическое изображение или описание несчастного случая, аварии, катастрофы, либо ненасильственной демонстрации их последствий.	Нет
	Изображение или описание сексуального насилия	Нет
	Ненатуралистическое изображение или описание физического или психологического насилия.	Нет
	Демонстрация способов лишения жизни	Нет
	Демонстрация, описание надругательства над телами умерших и местами их захоронения; натуралистическое изображение или описание трупов людей	Нет
2.Совершение действий, представляющих угрозу жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству.	Информация, оправдывающая противоправное поведение.	Нет
	Информация, побуждающая к совершению антиобщественных действий и преступлений.	Нет
	Описания и изображения, побуждающие детей к совершению действий, представляющие угрозу жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству	Нет
3.Объекты, которые могут вызвать страх, ужас, панику	Информация, вызывающая у детей страх, ужас, панику.	Да
	Информация, представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий, которая может вызвать у детей страх, ужас или панику.	Нет
	Способные вызвать страх, ужас или панику сверхъестественные существа, чудовища, привидения, монстры.	Да

4. Бранные слова и выражения	Эпизодически произносимые бранные слова, не относящиеся к нецензурной брани	Нет
	Нецензурная брань	Нет
5. Сексуальные отношения	Эксплуатирующие интерес к сексу описание, изображение и (или) имитация половых отношений мужчины и женщины	Нет
	Натуралистическое изображение или описание половых отношений, половых органов	Нет
	Возбуждающий или оскорбительный характер изображения, описания и (или) имитация половых отношений.	Нет
	Пропаганда нетрадиционных сексуальных отношений.	Нет
6. Антиобщественные, противоправные действия и преступления.	Оправдание противоправного и антиобщественного поведения	Нет
	Описание или изображение насилия, преступления или иного антиобщественного поведения	Нет
	Побуждение к противоправному поведению, антиобщественных действий и (или) преступлений.	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание употребить табачные изделия	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание принять участие в азартных играх	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание заниматься проституцией.	Нет
	Информация, способная вызвать у детей желание бродяжничеством и попрошайничеством	Нет
7. Семейные ценности	Отрицание семейных ценностей	Нет
	Формирование неуважение к родителям и (или) другим членам семьи	Нет

В результате контент – анализа можно сделать первичный вывод о том, что данный объект экспертизы не содержит информацию, запрещенную для детей, но содержит информацию, распространение которой ограничено среди определенной возрастной категории, а именно содержит информацию, вызывающую у детей страх, ужас, панику.

Таким образом, на макете рекламы изображены сверхъестественные существа,

которые могут вызывать у детей страх, ужас, панику. Для доказательства данного факта следует сделать более детальное описание фотоизображения (объекта экспертизы) с определением содержания, темы и художественного оформления, а также использовать дополнительный психологический метод – это метод анализа нормативно-возрастных особенностей восприятия детьми разных возрастных групп.

На рекламном плакате изображены три персонажа: персонаж № 1, персонаж № 2, персонаж № 3.

Персонаж № 1(слева от зрителя): темноволосая женщина в синем платье, на голове головной убор с рогами, взгляд анфас, нейтральная эмоция на лице.

Персонаж № 2(посередине): женщина с длинными темными волосами, кителе, кивере (высокий головной убор с круглым дном, козырьком и различными украшениями). Руки опущены, взгляд на зрителя анфас. Эмоции на лице: глаза широко раскрыты, рот приоткрыт.

Персонаж № 3:(справа от зрителя): мужчина, в темном костюме с украшениями. Поворот тела направлен к персонажу № 2, левая рука в черных перчатках, пальцы раскрыты, будто при готовности схватить. Волосы на голове отсутствуют, лицо белое (белый грим), рот широко открыт, видны зубы с клыками, глубокие складки кожи межбровные и на переносице, так называемые «морщины гнева».

Для раскрытия эмоционального состояния персонажей, следует воспользоваться маркерами эмоций и чувств, описанные в научной литературе, а также проективными методиками, для более точной характеристики эмоциональной составляющей объекта экспертизы.

Маркеры эмоциональных проявлений персонажей, их описание и интерпретация приведены в Таблице 3.

Таблица 3

Маркер	Описание, эмоция.	
Широко раскрытые глаза	Глаза человека, испытывающего страх, и напряжены, верхние веки приподняты, а нижние растянуты. Видна склера глазного яблока. Рот человека, испытывающего страх, слегка приоткрыт.	
Зубы с клыками, оскал	Оскаленные зубы, приподнятые	уголки рта
Межбровные складки кожи и складки кожи на переносице	свидетельствуют об эмоции гнева.	
	Мимическое выражение гнева, которое включает в себя весьма характерные сокращения лобных мышц и движения бровей. Брови опущены или сведены, кожа лба стянута, образуя над переносицей небольшое утолщение. При этом у взрослого человека между бровями пролегают глубокие вертикальные морщины	

Таким образом, используя описательный метод фотоизображения, а также психологические и физиологические исследования в области эмоций человека, можно

сделать следующие выводы об эмоциональных состояниях персонажей.

Персонаж № 1: на лице изображены эмоциональные проявления, характерные при страхе.

Персонаж № 3: на лице изображены эмоциональные проявления, характерные при гнев, агрессивном состоянии, злости.

Последние исследования в области психологии (Даниэл Гоулдмен, Дж. Мэйер, П. Сэловей) свидетельствуют о том, что даже дети младенческого возраста могут распознавать эмоции других людей. Дети способны считывать информацию об эмоциональных проявлениях других, соответственно, реагировать на них определенным образом. Данный феномен называется эмоциональным интеллектом и заложен в человеке с рождения на нейронном уровне.

Таким образом, из контекста эмоциональной составляющей рекламного плаката четко можно проследить, что персонаж № 3 испытывает буквально следующие чувства по отношению к персонажу № 2 – злорада, ярость, недовольство, озлобление, раздражение, свирепость, агрессия, желание укунить, сделать больно. Об этом свидетельствует и поворот головы в сторону персонажа № 2 и поднятая рука, с раскрытыми пальцами, направленная также к персонажу № 2. Взгляд при этом обращен к зрителю, что может свидетельствовать об агрессии и по отношению к другим. При этом персонаж № 2 испытывает сильный испуг, страх.

Таким образом, изображение самого акта насилия, жестокости, нанесение увечий другому человеку отсутствует. Но макет рекламы содержит в себе изображение персонажей, изображение которых подразумевает совершение насилия, причинение вреда, жестокости другому человеку. Учитывая это, для более объективной оценки возможности причинения вреда от содержания данного объекта экспертизы, необходимо использовать дополнительный психологический метод - метод анализа нормативно-возрастных особенностей восприятия детьми разных возрастных групп.

Таблица 4

Особенности восприятия детьми определенной возрастной категории	Наличие в объекте экспертизы	
	да	нет
Когнитивная (познавательная) характеристика восприятия <i>Адекватность когнитивной (познавательной) сложности объекта экспертизы возрасту ребенка</i>		
- до 6 лет - соответствует ли информация возрастным интересам и уровню развития когнитивных функций для ее поминания		нет
- от 6 до 12 - соответствует ли информация возрастным интересам и уровню развития когнитивных функций для ее		нет

Шустова В.А.

понимания		
- от 12 до 16 - соответствует ли информация возрастным интересам и уровню развития когнитивных функций для ее понимания	да	
- от 16 до 18 - соответствует ли информация возрастным интересам и уровню развития когнитивных функций для ее понимания.	да	
<i>Является ли предоставляемая информация достоверной и правдивой?</i>		нет
<i>Способ отображения (культурное пространство событий)</i>		
Пространство реальной жизни		нет
Вымышленное, но правдоподобное		нет
Вымышленное мифологическое пространство	да	
<i>Соответствие содержания информационного продукта возрасту ребенка (правильно ли он может его понять).</i>	нет	
Эмоциональная характеристика восприятия		
<i>преобладающая эмоция</i>		
позитивная,		нет
нейтральная		нет
негативная	да	
<i>Интенсивность эмоций, переживаемых персонажами</i>		
слабая		нет
умеренная		нет
сильная	да	
<i>Цветовая гамма изображения</i>		
яркая	да	
темная		нет
цветное	да	
черно-белое		нет
Анализ содержания (контента) информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития		

ребёнка		
<i>Виды насилия</i>		
физическое	да	
психологическое		нет
сексуальное		нет
<i>Тип насилия, демонстрируемое контентом</i>		
реальное		нет
символическое	да	
трудно определить		нет

Таким образом, выявлены факторы, которые могут являться предпосылками к причинению вреда развитию детей определенных возрастных категорий, а именно от 0 до 6 лет и от 6 лет до 12 лет.

1) Так, на объекте экспертизы изображены нереальные, несуществующие персонажи (вампир, эльф, сказочное существо), которые могут вызывать у ребенка страх, ужас, панику в силу того, что ребенок может не понимать нереальность данных персонажей.

2) Персонажи, изображенные на макете рекламы, представлены в виде вымышленных существ с сильными проявлениями эмоций страха и гнева, агрессии одного персонажа по отношению к другому, а также по отношению к зрителю. В макете нет описания или изображения насилия, но есть скрытые маркеры насильственных действий (желание укусить, сделать больно), что может быть понятно даже ребенку раннего и дошкольного возраста.

Так как личность ребенка еще формируется, нет целостной картины мира. Когнитивная картина мира и эмоциональный интеллект еще совершенствуется и формируется. Раннее детство и младший дошкольный возраст-это возраст особой восприимчивости к воздействиям внешнего мира, возраст особой уязвимости. Особенно это относится к визуальным изображениям.

Из анализа объекта экспертизы можно сделать вывод о том, что данное фотоизображение может вызывать негативные эмоции у детей раннего, дошкольного и младшего дошкольного возраста. А именно вызывать страх, ужас, панику, так как в контексте рекламного плаката содержится «скрытая» информация о причинении вреда (боли, насилия, жестокости) одного персонажа по отношению к другому.

Для более детального исследования факта наличия насилия или жестокости в контексте рекламы, следует провести дополнительный анализ в соответствии Приложения № 3 Концепции информационной безопасности детей. В Таблице 5 приведены несколько уточняющих вопросов и ответов на них.

Таблица 4.

Вопрос	Да, вполне	Отчасти	Нет
Демонстрируется ли		Отчасти.	Прямой

на объекте экспертизы жестокость или насилие?		демонстрации насилия и жестокости нет, но есть готовность ее совершить (оскал зубов, желание укусить)	
Демонстрируют ли герои какие-либо агрессивные действия?		Самой демонстрации агрессивных действий нет. Но есть готовность этих действий. Желание укусить, сделать больно одного персонажа по отношению к другому.	
Демонстрируют ли герои какие-либо действия?	Персонаж №3 демонстрирует действие-желание схватить и укусить персонажа № 2.		
Носит ли изображение оскорбительный характер?			Нет
Обоснованы ли эмоции героя?			Нет
Может ли вызвать действие героя стремление подражать ему?		У ребенка от 0 до 6 лет демонстрация действий героя не может вызвать желание подражать ему. У ребенка от 6 до 12 лет и от 12 до 16 лет может вызвать желание подражать персонажу № 3, так как дети такого возраста могут знать, кто такой Вампир.	
Может ли быть герой привлекателен для аудитории?		Для аудитории 12-16 лет образ Вампира может быть вполне привлекателен. Для аудитории более младшего возраста, не знающего кто такой Вампир, образ и действия этого персонажа могут вызывать негативные эмоции.	

Таким образом, у детей 0-6 лет объект экспертизы может вызывать страх, ужас, панику, повлиять на общее психологическое состояние. У детей от 6 до 12 лет могут не только вызывать негативные эмоции, но и формировать положительное отношение к негативным проявлениям персонажа, исказить понимание социальных норм, сделать насилие и жестокость привлекательным. Ребенок более старшего возраста способен целостно воспринимать смысловую нагрузку объекта экспертизы, понимать нереальность

персонажей и адекватно оценить эмоциональный компонент фотоизображения.

Выводы:

Таким образом, объект экспертизы содержит информацию, которая может причинять вред и здоровью детей младше 12 лет.

Ответы на поставленные вопросы:

Вопрос № 1: Имеется ли в информационной продукции информация, причиняющая вред здоровью и (или) развитию детей?

Ответ: да, имеется.

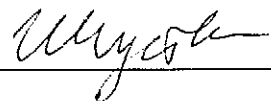
Вопрос № 2.: Соответствует или не соответствует информационная продукция определённой категории информационной продукции:

- для детей, не достигших возраста шести лет;
- для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- запрещённая для детей?

Ответ: данная информационная продукция соответствует возрастной категории 12+.

Настоящее экспертное заключение, в соответствии с требованиями п. 22 Приказа Минкомсвязи России от 29 августа 2012 г. №217 «Об утверждении порядка проведения экспертизы информационной продукции в целях обеспечения информационной безопасности детей», составлено в трех экземплярах, имеющих равную силу.

Эксперт: Шустова В.А.



Шустова В.А.



