Текст · 14 февраля 2023, 10:57
Сергей Голубев,

«Манипуляция духовностью» и «романтизация алкоголя». Что видит Роскомнадзор, когда смотрит клипы Клавы Коки и «Кис-кис»

Роскомнадзор объявил, что запустил систему «Окулус», которая будет искать «запрещенную информацию» в видеозаписях и картинках. «Медиазона» уже рассказывала, как ведомство разрабатывало эту систему — о ней говорится в переписках сотрудников, доступ к которым журналистам передали беларусские «Киберпартизаны». Но в итоге Роскомнадзор все равно обращается к живым людям — в письмах его сотрудников регулярно встречаются «экспресс-исследования» эфира российских телеканалов на наличие пропаганды (или описаний) суицида, «нетрадиционных сексуальных отношений», порнографии или просто нецензурной лексики и нарушение правил возрастной маркировки.

Чтобы дать представление о качестве и содержании этих экспертиз, «Медиазона» публикует[1] два документа, в них представлены результаты изучения Роскомнадзором двух клипов: на песню Клавы Коки «Пьяную домой» и на песню «Подруга» группы «Кис-кис».

1. Верстка и орфография оригинала по возможности сохранены.

Сотрудникам Роскомнадзора порой приходится даже друг другу подробно объяснять, какая же информация должна считаться

«запрещенной» (так возникают монструозные перечни вроде словаря ругательств, которыми нельзя обзывать Владимира Путина). Во взломанных «Киберпартизанами» переписках есть, к примеру, письмо руководительницы группы экспертизы в отношении СМИ и СМК[1] Анны Ротовской с примерами «контента, содержащего признаки пропаганды ЛГБТ».

Во вложениях — экспресс-исследования клипа группы «Кис-кис» на песню «Подруга» и статьи Евгении Альбац «Страна меньшинств», справка о премии «Муз-ТВ» и описание клипа американского рэпера *Lil Nas X* на песню *Thats What I Want*. Изучая последнее видео, эксперт Роскомнадзора подробно законспектировал сцены, «затрагивающие тему нетрадиционных сексуальных отношений между персонажами-мужчинами».

Несмотря на внимание Роскомнадзора, ни клипы *Lil Nas X* и «Кис-кис», ни статья Евгении Альбац в реестр запрещенной информации не попали. Зато в ноябре 2021 года на один миллион рублей по статье-[2] о «гей-пропаганде» среди несовершеннолетних оштрафовали «Муз-ТВ». В основу легло как раз исследование Роскомнадзора, в котором эксперты пришли к выводу, что образы гостей программы «культурально не соответствовали образу мужчины традиционной половой ориентации» в России и имели «традиционные женские особенности», например длинные волосы, макияж и украшения.

Напрасным, похоже, был и труд специалистов, которые с конца декабря 2021 года по середину

января 2022-го по просьбе Роскомнадзора провели как минимум пять экспресс-исследований клипа Клавы Коки «Пьяную домой» — информации о том, был ли оштрафован после этого заключения хоть один из показывавших его телеканалов[3], «Медиазоне» обнаружить не удалось. В одном случае клип был промаркирован знаком «18+», но вывод экспертки от этого не изменился: видео транслировали в семь утра, а значит, его могли увидеть дети. А значит, клип мог вызвать у этих детей «желание употребить алкогольную продукцию».

Такие экспресс-исследования производятся по одному шаблону и не сильно отличаются друг от друга. «Медиазона» публикует два примера, в которых представлены результаты изучения Роскомнадзором клипов популярных в России исполнителей: Клавы Коки и группы «Кис-кис».

«Если она курит бонг, то я теку». РКН и «демонстрация сцен, романтизирующих однополые отношения»

Экспресс-заключение по результатам проведенного исследования (экспресс-исследования) видеоматериала «Музыкальный клип Кис-Кис — Подруга»

В соответствии с поручением Роскомнадзора проведено экспресс-исследование видеоматериала «-Музыкальный клип Кис-Кис — Подруга», вышедшего в эфире телеканала «Радиотелевизионная компания

"Омикс"» (свидетельство о регистрации ЭЛ № ТУ 42 — 00749 от 27.10.2014) 17.03.2022 в 05:51.

Поступивший на исследование видеоматериал, длительностью 04 мин. 00 сек., представляет собой запись фрагмента эфира телеканала «Радиотелевизионная компания "Омикс"». Распространение материала осуществлялось посредством телевещания с 05 ч. 51 мин. 43 сек. по 05 ч. 54 мин. 24 сек. со знаком информационной продукции «16+».

Данный материал содержит сцены, затрагивающие тему однополых отношений, при этом визуальный компонент (объятия, поцелуи, заинтересованные нежные взгляды, позы, прикосновения) дублирует вербальный: *«...я влюбилась тупо в свою подругу»; «С каждой минутой будто чувства еще сильней»; «Поцелуи максимально возле губ»; «Я влюбилась».*

Данный материал был проанализирован на предмет наличия информации, указанной в ч. 2. ст. 5 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Федеральный закон № 436-ФЗ), запрещенной для распространения среди детей, к которой, помимо прочей, относится информация, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения (согласно п. 4 ч. 2 ст. 5 указанного Федерального закона).

Отметим, что, согласно ст. 6.21 Кодекса об административных правонарушениях, под пропагандой нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних понимается

деятельность, выражающаяся в распространении информации, направленной на формирование у несовершеннолетних нетрадиционных сексуальных установок, привлекательности нетрадиционных сексуальных отношений, искаженного представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений, либо навязывание информации о нетрадиционных сексуальных отношениях, вызывающей интерес к таким отношениям.

Противоправными могут признаваться только публичные действия, приобретающие агрессивный, навязчивый характер, являющиеся оскорбительными по форме и способные причинить вред правам и законным интересам других лиц (прежде всего несовершеннолетних). Целью данных публичных действий является распространение информации, популяризирующей среди несовершеннолетних или навязывающей им, в том числе исходя из обстоятельств совершения данного деяния, нетрадиционные сексуальные отношения.

Первоначально отметим, что сюжетная линия упомянутого выше музыкального клипа представляет собой историю отношений двух девушек, которые, согласно тексту песни, начинают испытывать чувство влюбленности друг к другу: *«Есть проблема одна, / как же рассказать ей? / Что я влюбилась / тупо в свою подругу / Боже, как это глупо / Что же мне делать с ней? / Так трудно / С каждой минутой, будто / чувства еще сильней»; «Подозрительный взгляд и приколы друзей / Надо мной с ней / Как же мне невыносимо тяжело / Я не удержалась, слово сорвалось / Не*

могла получилось / и невероятно промолчать, / Рассказала все ей»; «Я влюбилась / Что же мне делать с ней?».

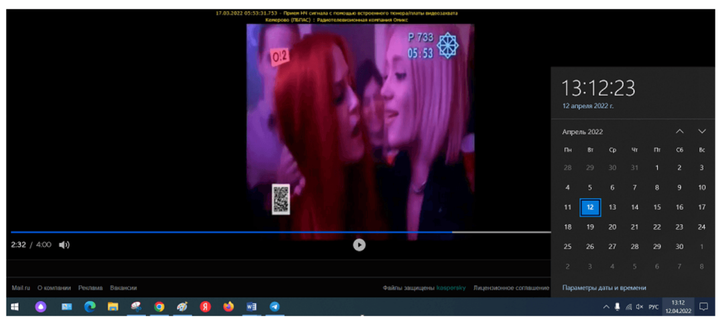


Рис. 11

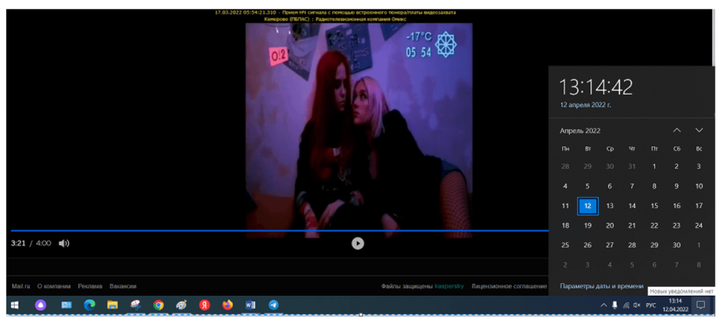


Рис. 12

Скриншоты из экспресс-исследования клипа группы «Кис-кис»

В материале фокус внимания направлен на демонстрацию яркого, эмоционального, насыщенного, позитивного образа жизни, который ведут подруги, при этом испытываемая девушками влюбленность друг в друга повышает накал эмоций и чувств при совместном времяпровождении: *«Можем вместе гореть сразу несколько дней»; «С каждой минутой, будто чувства еще сильней»; «Если она курит бонг, то я теку / Поцелуи максимально возле губ».*

Анализируя видеоряд представленного материала, отметим демонстрацию на протяжении всего клипа сцен, романтизирующих однополые отношения и создающих их положительный образ: заинтересованные нежные взгляды друг на друга, поцелуй двух девушек, прикосновения к лицу, волосам, объятия.

Отметим также, что в данном материале создается установка на «нормальность» представителей категории лиц, предпочитающих однополые отношения традиционным, при этом такие отношения выступают в качестве атрибута обычной нормальной жизни молодежи, что

подтверждается изобразительной составляющей (легкость интеграции однополой пары в молодежную среду, демонстрация принятия и позитивного отношения к девушкам на вечеринке), а также словами песни: «*Подозрительный взгляд и приколы друзей / Надо мной с ней*».

Немаловажно отметить, что в наши дни воздействие на аудиторию, манипуляции сознанием масс, толпы являются характерными чертами массовой коммуникации (а видеоклип является средством общения артиста и зрителя). Через образы в видеоклипе его создатели доносят информацию реципиенту. Следует подчеркнуть, что одной из задач любой коммуникации является не только донесение определенной информации, но также одобрение и изменение ценностных установок и мотивации поведения. Влияние на аудиторию может быть как вербальным (через текст песни), так и невербальным (танец, образы, движения, символы, маркеры, аллюзии). Так, Е.Л. Доценко подчеркивает: «*Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями*». Автор рассматривает манипуляцию с точки зрения средств психологического воздействия и характера внутриличностных процессов. Он выделяет: **манипуляцию образами-**, операционально-предметную манипуляцию, конвенциональную манипуляцию, **манипуляцию духовностью** и **эксплуатацию личности**. Сочетание видов манипуляции в одном художественном произведении усиливает эффект воздействия на аудиторию.

Кроме того, отметим, что в подростковом возрасте происходит формирование системного мышления. Дети в 12-17 лет не всегда отделяют личность исполнителя от его художественного перевоплощения. Так срабатывает прием **демонстрации себя**, при котором степень

доверия к известной личности равна степени ее популярности: он известный, популярный, значит ему можно доверять и, значит, модель его поведения (поведения его героя) выигрышная. В этой связи стоит подчеркнуть, что характерной чертой подросткового периода является следующая: что запрещается — притягательно. И если взрослый может сказать себе «нельзя», «стоп», то просыпающийся в подростке «анархист» требует нарушения общепринятых правил поведения, свержения власти в лице родителей и разнообразия в поведении. Но подростки — еще дети и зачастую не могут поверить, что такое поведение исполнителей — сценическая маска, которую они снимают после съемки видео, и запросто могут начать следовать манерам кумиров из видеороликов в реальной жизни. Так, А. Гарницкая, врач психиатр, кандидат медицинских наук, психолог психоаналитического направления, специалист Европейской Конфедерации Психоаналитической Психотерапии (ЕКПП), замечает: *«Многие родители думают, что подростки начинают смотреть такое видео из-за того, что они в какой-то момент потеряли над своими детьми контроль. Но часто бывает наоборот: подростки, пытаясь сбежать от гиперопеки и тотального контроля родителей, "зависают" на роликах, где получают пусть и виртуальную, но свободу, "кайфуя" и завидуя блогерам, исполнителям, артистам, которые вольны жить, как им захочется».*

Стоит также отметить, что исключительно важную роль в формировании личности старшеклассника играет искусство. Юношеский возраст особенно сензитивен к восприятию произведений искусства. Развитие самосознания

и обогащение эмоционального мира вызывает у юношей и девушек множество новых эстетических переживаний, которые невозможно ни выразить, ни осмыслить без помощи искусства. С этим связаны количественные и качественные сдвиги в содержании эстетических интересов и потребностей, а также художественного потребления старшеклассников.

Кроме того, следует подчеркнуть, что новообразование критической фазы начала подросткового возраста, чувство взрослости, — это особая форма подросткового самосознания, субъективное представление о себе как о человеке, скорее принадлежащем к миру взрослых. К видам взрослости, кроме прочих, в психологии относят **подражание внешним признакам взрослости**: курение, использование косметики, употребление алкоголя, копирование способов развлечения, подражание взрослым в одежде и прическе и др.

В этой связи немаловажно отметить наличие в материале психологического приема навязчивого повторения (**речевой персеверации**), который формирует у реципиента на первом этапе желание повторить слышимые слова в такт музыки. Далее происходит связь вербального компонента с внутренним наполнением. То есть речевая персеверация является результатом ассоциативной деятельности, частью сознания и не происходит случайно. Суть воздействия — постоянное, лишенное разнообразия повторение одного и того же тезиса, что снижает сознательность реципиента и позволяет интегрировать соответствующие тезисы в его психику. Именно многократное повторение припева позволяет хорошо запомнить

песню, синхронизировать звучание поющих, настроить их на единую волну. В кратком психолого-филологическом словаре Т.В. Летяговой под персеверацией понимается тенденция следования определенной модели поведения, до тех пор, пока она становится неадекватной. Подчеркнем, что синтаксическая конструкция *«Я влюбилась»* на фоне демонстрации однополых отношений повторяется в видеоклипе 7 раз.

Таким образом, анализ материала позволил установить следующее: видеоряд, а также текст песни, представленные в материале, направлены на формирование позитивного образа нетрадиционных сексуальных отношений. Кроме того, выявленные приемы невербального воздействия на психику ребенка пагубно влияют на нравственное сознание ребенка и закладывают понятие нетрадиционных сексуальных отношений как нормы. Желание подражать своему кумиру может способствовать проведению ложных аналогий, ложных поведенческих стереотипов и, как следствие, ложному восприятию себя как личности, в том числе в сексуальном аспекте. Кроме того, неоднократный просмотр (а также навязчивая трансляция) данного клипа может вызвать интерес к нетрадиционным сексуальным отношениям. Ведь именно подростковый (также и ранний юношеский) возраст — период самоопределения, самопознания и переоценки ценностей — является сензитивным для формирования гедонистической направленности. Именно в этом возрасте осуществляются главные выборы в таких жизненных сферах, как социальная роль и самоопределение подростка.

На основании вышеизложенного комиссия экспертов пришла к выводу о наличии в проанализированном материале информации, пропагандирующей нетрадиционные сексуальные отношения, запрещенной для распространения среди детей и требующей маркировки знаком информационной продукции «18+».

Вывод: Результаты проведенного исследования видеоматериала «Музыкальный клип Кис-Кис — Подруга» показали:

- **несоответствие** материала знаку информационной продукции «16+»;
- **наличие** информации, запрещенной для распространения среди детей и соответствующей знаку информационной продукции «18+», а именно информации, пропагандирующей нетрадиционные сексуальные отношения

«Мой пароль — апероль». РКН и «романтизация отношений, неотъемлемой частью которых является употребление алкоголя»

Экспресс-заключение по результатам проведенного исследования (экспресс-исследования) материала «Плейлист»

В соответствии с поручением Роскомнадзора проведено экспресс-исследование видеоматериала «Плейлист», вышедшего в эфире телеканала «ТНТ

MUSIC» (свидетельство о регистрации ЭЛ № ФС 77 — 65664 от 13.05.2016) 26.01.2022 в 22:45.

Исследуемый видеоматериал длительностью 03 мин. 03 сек. представляет собой запись фрагмента эфира телеканала «ТНТ MUSIC». Подлежащий анализу видеоклип исполнительницы под псевдонимом Клава Кока на песню под названием «Пьяную домой» транслируется на промежутке эфирного времени с 22 ч. 46 мин. 15 сек. по 22 ч. 49 мин. 00 сек. со знаком информационной продукции «16+».

Скриншот из экспресс-исследования клипа Клавы Коки

Данный материал содержит сцены употребления алкогольной продукции, а также синтаксические конструкции с семантическим наполнением «употребление алкоголя», в связи с чем было принято решение проанализировать представленный видеоклип на предмет обнаружения в нем информации, запрещенной для распространения среди детей, к числу которой, в соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Федеральный закон № 436-ФЗ), помимо прочей, относится информация, способная вызвать у детей желание употребить алкогольную и спиртосодержащую продукцию.

Переходя к анализу материала, следует сказать, что сюжетная линия видеоклипа построена вокруг активного употребления алкогольной продукции главной героиней. Также подчеркнем, что в материале фокус внимания направлен на демонстрацию ее неконтролируемого распущенного

поведения (в состоянии алкогольного опьянения) и доступности, что подтверждается сценами употребления алкогольной продукции, эпизодом с танцем на столе и падением на руки окружающим столик мужчинам, а также словами песни *«Забери пьяную домой, делай со мной все, что хочешь»*; *«Танцевать я буду долго-долго, / Хоть на ногах стою я еле-еле. / И во мне всего так много-много...»*.

В данном видеоклипе происходит романтизация отношений между мужчиной и женщиной, неотъемлемой частью которых является употребление алкоголя. Данную информацию следует рассматривать в качестве положительного аспекта употребления вышеназванной продукции, поскольку игнорируются негативные последствия, а также нивелируется отрицательная сторона происходящего: *«Ты не жди меня, я буду поздно / Пьяные SMS, мой сигнал — S.O.S. /И у тебя ко мне потерян доступ»; «Забери пьяную домой, / Завтра мне будет стыдно. / Забери пьяную домой, / Тока не ругайся сильно / Забери пьяную домой / Делай со мной все, что хочешь, / Забери пьяную домой, / Да, этой ночью»; «И во мне всего так много-много, / Но я к тебе хочу на самом деле»; «Посмотри и заблудись, / Мои stories — лабиринт / Удалить и забыть, / Удалить и забить. / Дай себя я накручу, / Позвоню, но промолчу, / Мой косяк, sorry, зай, / Приезжай, забирай-*». Напротив, алкоголь в данном случае придает отношениям некую романтичную легкость, оставляя их на ступени флирта.

Анализируя видеоряд представленного материала, отметим демонстрацию символического расположения и выражения любви окружающих мужчин по отношению к женщине, находящейся

в состоянии алкогольного опьянения (посредством демонстрации макетов сердца, а также заинтересованных взглядов мужчин на героиню).

Отметим также, что в данном видеоклипе алкоголь выступает в качестве неотъемлемого атрибута «красивой» жизни, что подтверждается изобразительной составляющей (боа из денежных купюр, соответствующие интерьеры), а также словами песни: «*Мой пароль — Апероль, / Smokey eyes, face--контроль, / Ты не жди меня, я буду поздно*».

Немаловажно отметить, что в наши дни воздействие на аудиторию, манипуляции сознанием масс, толпы являются характерными чертами массовой коммуникации (а видеоклип является средством общения артиста и зрителя). Через образы в видеоклипе его создатели доносят информацию реципиенту. Следует подчеркнуть, что одной из задач любой коммуникации является не только донесение определенной информации, но также одобрение и изменение ценностных установок и мотивации поведения. Влияние на аудиторию может быть как вербальным (через текст песни), так и невербальным (танец, образы, движения, символы, маркеры, аллюзии). Так, Е.Л. Доценко подчеркивает: «*Манипуляция — это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями*». Автор рассматривает манипуляцию с точки зрения средств психологического воздействия и характера внутриличностных процессов. Он выделяет: **манипуляцию образами-**, операционально-предметную манипуляцию,

конвенциональную манипуляцию, **манипуляцию духовностью** и **эксплуатацию личности**. Сочетание видов манипуляции в одном художественном произведении усиливает эффект воздействия на аудиторию.

Кроме того, отметим, что в подростковом возрасте происходит формирование системного мышления. Дети в 12-17 лет не всегда отделяют личность исполнителя от его художественного перевоплощения. Так срабатывает прием **демонстрации себя**, при котором степень доверия к известной личности равна степени ее популярности: он известный, популярный, значит ему можно доверять и, значит, модель его поведения (поведения его героя) выигрышная. В этой связи стоит подчеркнуть, что характерной чертой подросткового периода является следующая: что запрещается — притягательно. И если взрослый может сказать себе «нельзя», «стоп», то просыпающийся в подростке «анархист» требует нарушения общепринятых правил поведения, свержения власти в лице родителей и разнообразия в поведении. Но подростки — еще дети и зачастую не могут поверить, что такое поведение исполнителей — сценическая маска, которую они снимают после съемки видео, и запросто могут начать следовать манерам кумиров из видеороликов в реальной жизни. Так А. Гарницкая, врач психиатр, кандидат медицинских наук, психолог психоаналитического направления, специалист Европейской Конфедерации Психоаналитической Психотерапии (ЕКПП), замечает: «*Многие родители думают, что подростки начинают смотреть такое видео из-за того, что они в какой-то момент потеряли над*

своими детьми контроль. Но часто бывает наоборот: подростки, пытаясь сбежать от гиперопеки и тотального контроля родителей, "зависают" на роликах, где получают пусть и виртуальную, но свободу, "кайфуя" и завидуя блогерам, исполнителям, артистам, которые вольны жить, как им захочется».

Стоит также отметить, что исключительно важную роль в формировании личности старшеклассника играет искусство. Юношеский возраст особенно сензитивен к восприятию произведений искусства. Развитие самосознания и обогащение эмоционального мира вызывает у юношей и девушек множество новых эстетических переживаний, которые невозможно ни выразить, ни осмыслить без помощи искусства. С этим связаны количественные и качественные сдвиги в содержании эстетических интересов и потребностей, а также художественного потребления старшеклассников.

Кроме того, следует подчеркнуть, что новообразование критической фазы начала подросткового возраста, чувство взрослости, — это особая форма подросткового самосознания, субъективное представление о себе как о человеке, скорее принадлежащем к миру взрослых. К видам взрослости, кроме прочих, в психологии относят **подражание внешним признакам взрослости**: курение, использование косметики, употребление алкоголя, копирование способов развлечения, подражание взрослым в одежде и прическе и др.

В этой связи немаловажно отметить наличие в материале психологического приема навязчивого повторения (**речевой персеверации**), который

формирует у реципиента на первом этапе желание повторить слышимые слова в такт музыки. Далее происходит связь вербального компонента с внутренним наполнением. То есть речевая персеверация является результатом ассоциативной деятельности, частью сознания и не происходит случайно. Суть воздействия — постоянное, лишенное разнообразия повторение одного и того же тезиса, что снижает сознательность реципиента и позволяет интегрировать соответствующие тезисы в его психику. Именно многократное повторение припева позволяет хорошо запомнить песню, синхронизировать звучание поющих, настроить их на единую волну. В кратком психолого-филологическом словаре Т.В. Летяговой под персеверацией понимается тенденция следования определенной модели поведения, до тех пор, пока она становится неадекватной. Подчеркнем, что синтаксическая конструкция *«Забери пьяную домой»* повторяется в видеоклипе более 12 раз.

Дополнительно стоит отметить отсутствие в видеоклипе каких-либо указаний на опасность употребления названной продукции.

Принимая во внимание все вышеупомянутое, а также содержание изобразительного и аудиального компонентов видеоматериала, подчеркнем, что процесс употребления алкоголя в данном клипе подан в положительном ключе, выступающим неотъемлемым атрибутом «красивой» жизни и романтических отношений между мужчиной и женщиной. Отсюда следует, что такое представление информации способно сформировать позитивный

образ алкогольной продукции и мотивацию ребенка к ее употреблению.

На основании вышеизложенного комиссия экспертов пришла к выводу о наличии в проанализированном материале информации, способной вызвать у детей желание употребить алкогольную продукцию, запрещенной для распространения среди детей и требующей маркировки знаком информационной продукции «18+».

В заключение стоит сказать, что, согласно ч. 1 ст. 13 Федерального закона № 436-ФЗ, информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную пунктами 1-5 части 2 статьи 5 данного Федерального закона (в том числе информацию, способную вызвать у детей желание употребить алкогольную продукцию), не подлежит распространению посредством теле- и радиовещания с 4 часов до 23 часов по местному времени, за исключением теле- и радиопрограмм, теле- и радиопередач, доступ к просмотру или прослушиванию которых осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств и с соблюдением требований частей 3 и 4 названной выше статьи.

Из сказанного следует, что трансляция данного видеоклипа, осуществленная 26.01.2022 в 22:46, противоречит требованиям ч. 1 ст. 13 Федерального закона № 436-ФЗ.

Вывод: Результаты проведенного исследования видеоматериала «Плейлист» показали:

- **несоответствие** заявленному знаку информационной продукции «16+»;
- **наличие** информации, способной вызвать у детей желание употребить алкогольную продукцию, запрещенной для распространения среди детей и требующей маркировки знаком информационной продукции «18+»;
- **наличие** информации, подлежащей ограничениям по времени трансляции и **противоречащей** требованиям ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

---

1. Средства массовой коммуникации — так в ведомстве называют любые сайты или медиа в интернете, не зарегистрированные как средства массовой информации.
2. Часть 2 статьи 6.21 КоАП.
3. В переписке нашлось два исследования эфира канала «ТНТ Music», два — канала Russian Musicbox и одно — канала «Липецкое время».