



УДК 366.63



**Вероника Владимировна ТИХОМИРОВА,**  
научный сотрудник Научно-исследовательского центра  
ФСКИН России (г. Москва)

## РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ НАРКОТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

### THE ROLE OF MASS MEDIA IN SHAPING PUBLIC OPINION IN MEDIA COVERAGE OF DRUG-RELATED TOPICS

*В статье рассматривается проблема освещения наркотической тематики в печатных и электронных средствах массовой информации, проводятся исторический обзор публикаций о наркотиках и анализ современного состояния проблемы, в том числе выявляется роль средств массовой информации в формировании общественного мнения антинаркотической направленности, пропаганде нравственных ценностей и здорового образа жизни.*

*The problem of illumination of drug related topics in printing press and electronic mass media is considered in the article. The author gives the historical review of publications on drugs and analysis of a current state of a problem, including the role of mass media in shaping public opinion of anti-narcotic orientation, promotion of moral values and a healthy lifestyle.*

**Ключевые слова:** средства массовой информации, формирование общественного мнения антинаркотической направленности.

**Keywords:** mass media, shaping anti-drug public opinion.

9 июня 2010 г. Президентом Российской Федерации Дмитрием Медведевым была утверждена Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г. Среди целей, принципов, основных направлений и задач государственной антинаркотической политики, определенных Стратегией, сделан особый акцент на таком важном направлении, как обеспечение снижения спроса на наркотические средства и психотропные вещества. В рамках этого направления выделяются такие первостепенные задачи, как совершенствование государственной системы профилактики немедицинского употребления наркотических средств и психотропных веществ, в частности определение приоритетных направлений антинаркоти-

ческой пропаганды, пропаганды нравственных ценностей и здорового образа жизни. В числе актуальных направлений существенное значение имеют также разработка новых подходов к антинаркотической пропаганде с использованием принципов психологии, маркетинга и рекламы, разработка и внедрение механизмов противодействия пропаганде потребления наркотиков и рекламе потребления наркосодержащих продуктов в средствах массовой информации (далее – СМИ) и коммуникации. Реализация поставленных задач предполагает подробное изучение практической деятельности средств массовой информации, в связи с чем целесообразным представляется анализ проблемы освещения наркотической тематики в российских печатных и



электронных средствах массовой информации.

*Исторический взгляд на проблему: обзор материалов наркотической тематики с 1986 г. по 2003 г.*

Каждому периоду становления российской антинаркотической политики соответствует особый характер отражения проблемы наркотиков в СМИ.

С 1986 г. до 1990 г. антинаркотическую политику определяли Указ Пленума Верховного Совета СССР «Об усилении борьбы с наркоманией» и разработанные на его основе ведомственные и межведомственные нормативные акты. Проблема наркомании в это время еще мало изучена, ее масштабы в сравнении с ситуацией на Западе и в США невелики и достоверно неизвестны. В прессе впервые поднимаются вопросы освещения наркотической тематики в средствах массовой информации и привлекается к ним внимание общественности, преимущественно молодежи. Кроме того, начинают обсуждаться проблемы лечения наркомании, медико-социальной реабилитации наркозависимых, мониторинга наркоситуации в образовательных учреждениях, сбора статистики наркозависимых. Публикаций, пропагандирующих наркотики в СМИ, в этот период не наблюдается.

С 1991 г. по 1998 г. происходит декриминализация потребления наркотиков без назначения врача.<sup>1</sup> В этот период публикуются материалы, отражающие наркоситуацию в Европе, в частности в Голландии, где отношение к наркотикам настолько либерально, что «даже не преследуется потребление марихуаны, опиума и гашиша в тавернах и кафе»<sup>2</sup>. 6 ноября 1996 г. в газете «Час пик» была опубликована статья, содержащая информацию из отчета Европейского центра мониторинга за распространением и употреблением наркотиков, находящегося в Лиссабоне, в «Российской газете» – статья, содержащая статистические данные: ежегодно на 70% увеличивается число наркоманов среди молодых россиян.<sup>3</sup> В 1997 г. в прессе

появляются публикации о необходимости принятия нормативного акта, регулирующего незаконный оборот наркотических средств и психотропных веществ, а также о возможности применения принудительного лечения наркозависимых.<sup>4</sup> 15 января 1998 г. в «Российской газете» публикуется Федеральный закон «О наркотических средствах и психотропных веществах». В целом период характеризуется резким возрастанием количества публикаций наркотической тематики, а отсутствие правового ограничения на публикацию наркогенной информации способствует формированию моды на наркотики в обществе, особенно в молодежной среде.

С 1999 г. по 2003 г. политику в сфере освещения наркотической тематики в СМИ определяет Федеральный закон «О наркотических средствах и психотропных веществах». Привлекается внимание к отсутствию на государственном уровне пропаганды здорового образа жизни и борьбы с вредными привычками, поднимаются тема доступности приобретения наркотиков в общественных местах и у знакомых наркоторговцев и проблемы легализации ряда наркотических средств, в том числе делается акцент на легализации наркотиков в Европе.<sup>5</sup> Активно продолжается публикация наркогенной информации различного содержания, нередко встречаются нарушения журналистами ст. 6.13 КоАП РФ<sup>6</sup>, возникают проблемы законодательного толкования понятий «реклама» и «пропаганда».

*Анализ современного состояния проблемы. Проблема пропаганды наркомании в современных печатных и электронных СМИ*

Средства массовой информации являются основным источником информации в современном обществе, играют важную роль в формировании общественного мнения и молодежной культуры. Именно СМИ могут создать в обществе отрицательную установку на употребление наркотических средств, поэтому им отведена главная роль в борьбе с нарко-



манией, в профилактике наркомании и пропаганде здорового образа жизни среди населения России.

СМИ, несомненно, могут влиять на уровень потребления наркотических веществ в обществе. Являясь основным источником информации о наркотических веществах, каждый материал способствует формированию общественного мнения по отношению к проблеме наркомании. И хотя одна конкретная публикация вряд ли сможет кардинально изменить ситуацию, каждая вносит лепту в то, чтобы склонить общественное мнение в ту или иную сторону.

Цель СМИ при освещении проблемы наркомании – способствовать возникновению у аудитории отрицательного отношения к наркотикам. СМИ могут давать необходимые знания о вреде наркотиков, способствовать формированию установки на здоровый образ жизни и неприятие наркотиков. Но СМИ могут способствовать и обратным процессам. Это особенно важно предусмотреть и предупредить при освещении проблемы наркомании, чтобы не получить братного эффекта (пропаганды наркотических средств).<sup>7</sup>

Статья 46 Федерального закона от 8 января 1998 г. №3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» запрещает пропаганду наркотических средств и психотропных веществ.<sup>8</sup> Из первой части данной статьи следует, что пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров – это деятельность физических или юридических лиц, направленная на распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, а также производство и распространение книжной продукции, продукции средств массовой информации, распространение в компьютерных сетях указанных сведений или совершение иных действий в этих целях.<sup>9</sup> Неправильное освещение журналистами вопроса наркомании провоцирует пропаганду наркотиков и осложняет борьбу с этой проблемой.<sup>10</sup>

В целом ситуация пропаганды наркотических средств и психотропных веществ и проблема освещения наркотической тематики в СМИ может характеризоваться следующими аспектами:

- непонимание автором сущности наркомании, сведение проблемы к вопросам употреблять или не употреблять;
- создание «моральной паники» в обществе;
- отсутствие конкретных рекомендаций решения проблемы;
- идея о том, что употребление наркотиков – личное дело каждого человека;
- описание наркомана как больного, но не преступника (асоциальное поведение наркомана в данном случае будет расцениваться как допустимое для его состояния);
- разделение наркотиков на «легкие» и «тяжелые»;
- освещение аспектов наркомании, в которых может содержаться скрытая пропаганда (вопросы легализации наркотиков, финансовая прибыль наркобизнеса, героизация звезд шоу-бизнеса и др.);
- неверный выбор источника информации;
- героизация личности наркомана;
- попытка одним материалом воздействовать и на наркоманов, и на людей, не употребляющих наркотики;
- выдача собственного мнения за профессиональную оценку наркоситуации;
- дискредитация опыта профессиональных наркологов, потому что они «никогда не пробовали»;
- создание ареола элитарности и избранности наркомана;
- попытка глубокого проникновения в субкультуру наркоманов с целью вызвать интерес у аудитории и др.

*Механизмы государственной поддержки проектов антинаркотической направленности в СМИ*

В настоящее время в СМИ продолжают появляться материалы, которые можно расценивать как скрытую пропаганду и незаконную рекламу наркотичес-



ких средств, психотропных веществ и их прекурсоров.

Органами ФСКН России деятельность средств массовой информации по освещению наркотической тематики и формированию антинаркотического общественного мнения характеризуется как не адекватная сложившейся наркотической ситуации. При этом отчетливо выделяются такие недостатки, как отсутствие комплексного подхода к организации публикаций, крайне незначительное количество публикаций специалистов в области борьбы с наркоманией, отсутствие реального противодействия скрытой рекламе наркотиков и подобного образа жизни, слабый обмен опытом среди региональных средств массовой информации. Отмеченные тенденции свидетельствуют о недостаточности и неэффективности существующих методов и о необходимости формирования новых стратегий использования СМИ в противодействии распространению наркомании.

В связи со сложившейся ситуацией целесообразно проведение государственных мероприятий по поддержке формирования общественного мнения антинаркотической направленности, в том числе отрицательной установки на употребление наркотических средств и психотропных веществ в обществе. В рамках реализации данной задачи разработаны механизмы государственной поддержки проектов антинаркотической направленности в СМИ.

В настоящее время реализуемые проекты антинаркотической пропаганды представляют собой совместную деятельность органов государственной власти, средств массовой информации, общественных объединений и специалистов в области рекламы, направленную на профилактику немедицинского потребления наркотиков и их незаконного оборота. На конкурсной основе федеральными органами исполнительной власти оказывается финансовая поддержка социально значимым проектам электронных средств массовой информации, среди которых и

проекты, направленные на профилактику немедицинского потребления наркотиков, пропаганду здорового образа жизни, занятий физической культурой и спортом, предупреждение табакокурения, злоупотребление алкоголем. 27 сентября 2011 г. на заседании экспертного совета по отбору организаций – получателей государственной поддержки производства, распространения и тиражирования социально значимой продукции электронных СМИ, созданию и поддержанию в Интернете сайтов, имеющих социальное или образовательное значение, принято решение о финансовой поддержке проекта молодежной телепрограммы «Лабиринт». Следует также отметить информационно-публицистический ресурс – Интернет-сайта «Нет наркотикам»<sup>11</sup>, который работает в тесном сотрудничестве с органами ФСКН России и другими органами государственной власти. Посещаемость ресурса в 2010 г. – до 120 тыс. пользователей в месяц. На сайте организована обратная связь с пользователями, мониторинг средств массовой информации, работа по повышению профессиональной подготовки журналистов, освещающих тему наркомании, ее профилактики. Сайт обеспечивает информационную поддержку общероссийских и региональных мероприятий по антинаркотической пропаганде. При государственной поддержке создан телевизионный документальный фильм «Героиновый путь» (канал-вещатель – «Россия-1»), посвященный исследованию проблем роста наркомании в России. Межгосударственной телерадиокомпания «Мир» выделены средства на производство цикла радиопрограмм «Было бы здоровье...», посвященного пропаганде здорового образа жизни, отказу от вредных привычек (табакокурение, алкогольная и наркотическая зависимости). В целях привлечения внимания к проблеме наркозависимости у детей и подростков на телеканале «Дождь» при финансовой поддержке федерального бюджета выходит цикл роликов социальной рек-



ламы «Не будь равнодушным! Поговори с ребенком», который описывает первые признаки наркозависимости и посвящен роли родителей в профилактике наркомании. Большой интерес зрителей вызвал многосерийный документальный фильм «В зоне особого риска» (канал-вещатель – НТВ), отражающий реальные события, основанные на материалах повседневной деятельности органов наркоконтроля. Каждая серия фильма раскрывает человеческие трагедии, связанные как с немедицинским потреблением наркотиков, так и с неотвратимой уголовной ответственностью, последовавшей за незаконные операции с ними. Финансовая и организационная поддержка была также оказана ряду религиозных организаций, занимающихся антинаркотической пропагандой, в частности религиозной организации Православное братство «Радонеж» Русской Православной Церкви в создании цикла радиопрограмм «Рай истинный и ложный», который призван донести до слушателей опыт Русской православной Церкви в области профилактики наркомании и реабилитации наркозависимых. Наряду с этим действенным механизмом государственной поддержки проектов антинаркотической направленности в СМИ является финансовая и организационная поддержка социально значимых мероприятий (фестивалей, конференций, круглых столов, всероссийских конкурсов и др.). Например, к числу таких мероприятий относится проведение ежегодного всероссийского фестиваля телевизионных фильмов и программ антинаркотической направленности «Я выбираю жизнь!». К участию в фестивале привлекаются все телекомпании и организации, производители контента, независимо от их организационно-правовой формы, освещающие проблемы профилактики наркомании, противодействия незаконному обороту наркотиков. Формат этого мероприятия позволяет выработать новые механизмы влияния электронных массмедиа на общественное сознание, и в первую очередь на целевую аудиторию –

детей, подростков и молодежь. Совместно с органами ФСКН России был проведен всероссийский интернет-урок антинаркотической направленности «Имею право знать!», в котором приняли участие 5 миллионов учащихся почти из 20 тысяч школ. В целях противодействия распространению и пропаганде наркотических средств и психотропных веществ с использованием Интернета в рамках реализации проекта «Центр безопасного Интернета в России» разработана совместная программа с использованием официального интернет-сайта ФСКН России и сетевых ресурсов Региональной общественной организации «Центр Интернет-технологий».

*Особенности лингвистического исследования текстов наркотической тематики*

В настоящее время происходит формирование нового направления лингвистической экспертизы – лингвистического исследования текстов наркотической тематики, что обусловлено ростом количества дел, связанных с рекламой и пропагандой наркотических средств и психотропных веществ. Одним из эффективных средств борьбы с наркопреступностью и профилактики наркомании является противодействие рекламе и пропаганде наркотиков, что требует проведения лингвистической экспертизы исследуемого текста. В связи с этим представляется актуальным изучение особенностей и специфики данного направления лингвистических исследований, вопроса его методического обеспечения.

С учетом вышесказанного можно выделить следующие методические позиции, связанные с особенностями исследования текстов наркотической тематики:

1) разноплановый характер объектов экспертного исследования. Ими могут являться товары народного потребления, аудио- и видеопродукция, художественные произведения, компьютерные программы, то есть объекты, предполагающие различные сенсорные способы восприятия информации: аудиальный, визуальный, кинестетический и т.д. Следо-



вательно, экспертное исследование такого объекта должно носить комплексный характер и привлекаться к производству таких экспертиз должны эксперты разных специальностей. Необходимо определить перечень экспертных направлений и сформулировать вопросы экспертам разных специальностей с целью комплексного решения вопроса о наличии фактов рекламы и/или пропаганды наркотиков;

2) установление терминологического единства используемых при производстве экспертизы понятий со ссылками на законодательные дефиниции, в частности понятий пропаганды и рекламы наркотических средств и психотропных веществ;<sup>12</sup>

3) определение границ между рекламой наркотических средств и психотропных веществ и рекламой товаров народного потребления, которые являются объектами экспертного исследования. Например, схематичное изображение на футболке листка растения в виде семилестника – эксперту необходимо решить, является ли подобное изображение рекламой наркотического средства. В целом данный вид экспертизы находится в стадии формирования и требует дальнейшего развития методической и законодательной базы с целью избежания разногласий при производстве экспертиз.

Таким образом, тема взаимосвязи наркоситуации, наркополитики и средств массовой информации как инструмента формирования общественного мнения антинаркотической направленности, пропаганды нравственных ценностей и здо-

рового образа жизни имеет важное значение для реализации в обществе задач государственной антинаркотической политики.

1 25 апреля 1990 г. Указ ПВС СССР от 25 апреля 1974 г. «Об усилении борьбы с наркоманией» утратил силу.

2 Наркотики для дискотек // Труд. 1995. 15 ноября.

3 Россия на игле // Российская газета. 1996. 13 апреля.

4 Батенева Т. Больных опять сделают эками // 1997. 16 апреля (№19); Северов М. Наркоманы вне закона. Кто в выигрыше? // АиФ-Петербург. 1998.

5 Батенева Т. Контрольный пакетик. Попытки легализовать наркотики становятся все настойчивее // Известия». СПб., 2002. 4 сентября.

6 Статья 6.13 КоАП РФ «Пропаганда наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры».

7 Головченко Д.А. Роль прессы в профилактике наркомании / Харьковский институт социальных исследований. URL: <http://www.daria.dem.ru/prensa.htm>.

8 Галяшина Е.И. О понятии «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров». URL: <http://www.journalist-virt.ru/2005/3/82.php>.

9 Там же.

10 В столице Грузии прошел семинар для журналистов, посвященный борьбе с наркоманией // Кавказ.Мемо.ру. URL: <http://www.kavkaz.memo.ru/newstext/news/id/805804.html>.

11 URL: <http://www.narkotiki.ru>.

12 Нормативные определения содержатся в ст. 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» «Запрещение пропаганды и ограничение рекламы в сфере оборота наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров» и в ст. 3 Федерального закона «О рекламе».