

*О.Ф. Нескрябина,*

доктор философских наук, профессор  
Сибирский юридический институт  
ФСКН России (г. Красноярск)

### **ДИСКУРС О СОСТОЯНИИ АНТИНАРКОТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА**

Проблема антинаркотической пропаганды – одна из самых обсуждаемых в пространстве современных медиа. В данном тексте предметом анализа выступает интернет-дискурс. В анализе данной темы преобладают критические ноты – информационная борьба с угрозой оценивается как неэффективная. Среди причин плохого состояния антинаркотической пропаганды указываются: недостаточный уровень профессионализма работников медиасферы, коммерциализация СМИ, отсутствие единой информационной политики, пробелы в законодательной базе, регулирующей деятельность СМИ, влияние западной идеологии и т.д.

Самые радикальные критики утверждают, что антинаркотическая пропаганда оказывает эффект прямо противоположный ожидаемому.<sup>1</sup> Думается, такого рода претензии можно предъявить любой пропаганде, идет ли речь о борьбе с наркотиками или с экстремистской идеологией.

В дискурсе на тему пропаганды проявляются некоторые общие особенности социальной полемики. Во-первых, не ясны критерии оценки информационных воздействий. Поскольку угроза наркотизации общества не становится менее острой, всегда можно сказать, что антинаркотическая пропаганда ведется плохо. В советские времена тоже было принято объяснять неверие молодого поколения в идеалы коммунизма идеологическими просчетами. Во-вторых, любая пропаганда наталкивается как на препятствие, на то объективное свойство человеческой психики, которое обобщенно можно назвать принципом избирательного восприятия информации.

Как давно и точно известно, люди реагируют на ту информацию, которую они хотят и готовы принимать, и ставят защитные барьеры на пути воздействий, противоречащих их интересам и когнитивным привычкам. Здесь возникает проблема адресата. В интернет-дискурсе небезосновательно утверждается, что антинар-

котическая пропаганда доходит до сознания тех, кто не употребляет наркотики. Однако важен и такой результат. Целевой аудиторией являются не только те слои населения, которых проблема наркотиков касается непосредственно. Все общество должно осознавать важность и сложность данной проблемы.

Обсуждая тему антинаркотической пропаганды в СМИ, участники интернет-дискуссии пришли к выводу, что реально в современных медиа присутствует завуалированная для непосвященного взгляда пропаганда наркотиков. Она существует в виде «drug-мифологии», в которую входит пропаганда «безбашенности», «экстремальности», экстремальных видов спорта.<sup>2</sup>

Следует уточнить, что дело не в экстриме как таковом, а в том, какие трактовки этого феномена предлагают молодежной аудитории. Освещая такие события, как прыжки с парашютом, восхождения и т.п., комментаторы часто акцентируют внимание на драйв-эффектах, создавая впечатление, что целью экстрима является выброс адреналина. Налицо снижение мотивации достижений, в том числе спортивных. Смысл экстремального спорта не в переживании страха, а в его преодолении. Победить мощнейший инстинкт самосохранения, ощутить власть над собственным телом, испытать самоутверждение – этот комплекс в эстетике называют «возвышенным» или «вдохновением». Спорт и искусство – два вида деятельности, принадлежащие одному роду – творчеству. Это не исключает присутствия и более прозаичных мотивов, таких как известность или материальное вознаграждение. Однако в пространстве медиа спорт чаще ассоциируют не с эстетической, а с драйв-психологией. Не будем демонизировать данную информационную ситуацию. Речь здесь идет скорее о недомыслии, чем о злом умысле.

«Для того чтобы нормальный человек пришел к наркотикам, – говорится в одном полемическом тексте, – надо, чтобы у него появилась "легкость в мыслях необыкновенная", чтобы он, по Пушкину, оказался "у бездны мрачной на краю"»<sup>3</sup>. Для этого распространяется информация о возможности постижения мистики и сверхчувственного: об астрологии, ужасах, пришельцах и т.п. Данное утверждение звучит несколько прямолинейно. Причины обращения к наркотикам лежат в иной плоскости индивидуальной психологии, однако атмосфера ментального хаоса способствует выстраиванию когнитивных защит, облегчающих оправдание ухода от реальности.

В интернет-дискурсе ставится вопрос о том, какая из информационных стратегий является оправданной: привлечение внимания к теме или ее замалчивание.<sup>4</sup> Сегодня есть возможность по-новому взглянуть на опыт советских времен. В позднесоветские времена социальные факторы, провоцирующие наркоманию, также присутствовали, хотя в ином, чем сегодня, виде. В полной мере действовал в те времена психологический закон «запретного плода». При этом масштабы беды были совсем иными. Напрашивается вопрос: какой эффект перевешивает: риски, связанные с открытым обсуждением или негативные следствия замалчивания? Однозначного ответа на этот вопрос, по-видимому, не существует.

В интернет-дискурсе высказывается требование разделить пропаганду и информацию, что вряд ли возможно реализовать в полной мере. Критерии, разработанные для экспертов, сформулированы довольно обще, они по необходимости предусматривают свободу суждения, опирающегося на профессиональное чутье эксперта.

Оценивая качество медиадискурса на тему антинаркотической пропаганды, следует отметить, что резкость и категоричность суждений, особенно заметная в интернет-текстах, проистекает из возрастных особенностей (в дискуссиях принимают участие в основном молодые люди) и искренней озабоченности участников остротой проблемы.

---

<sup>1</sup> URL: <http://psyberia.ru/psychodiary/protest>.

<sup>2</sup> URL: <http://www.ckofr.com/pedagogika/320-vliyanie-smi-na-socjalizaciyu-podrostkov?start=4>.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> URL: <http://www.zaks.ru/new/archive/view/102364>.