

О.Ф. Нескрябина,

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

***ДИСКУРС О РОЛИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В АНТИНАРКОТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЕ: ПРАГМАТИКА И АНАЛИТИКА***

Дискурс о роли средств массовой информации (далее – СМИ) в антинаркотической пропаганде проявляет уровень осмысления самой сути проблемы борьбы с наркотиками, что естественным образом вытекает из функции средств массовой информации служить «фокусом», собирающим отдельные представления и настроения в некие ментальные структуры, называемые общественным мнением.

Оборотной стороной «фокусного» положения СМИ является то, что в них видят не столько отражение проблемы, сколько ее причину. В результате оценка роли масс-медиа является хорошим показателем степени серьезности ситуации и, можно предположить, показателем отношения к перспективам ее решения.

Об особенностях социальной рефлексии в отношении СМИ достаточно репрезентативно свидетельствует Интернет, по крайней мере, в качественном отношении. Общим настроением интернет-сообщества является серьезное беспокойство по поводу состояния освещения проблемы наркомании в средствах массовой информации. Недовольство в адрес журналистов высказывается во всех видах дискурса. Наиболее значимыми для обсуждаемой темы являются тексты официальные, экспертные, учебные и так называемые инициативные, отражающие индивидуальную точку зрения на уровне обыденного сознания. Все типы текстов содержат признание исключительно важной роли СМИ в решении проблемы наркомании. Среди причин плохого состояния антинаркотической пропаганды в разном порядке 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.

Соответственно причинам высказываются предложения по их ликвидации. Речь ведется о создании единой концепции для

СМИ при освещении проблемы наркомании, об обучении журналистов, пишущих по проблеме, о создании специализированного профессионально-этического кодекса для журналистов, об улучшении работы с медиа пресс-служб заинтересованных организаций, о регулировании законодательной базы и др.

Большая часть наиболее популярных предложений не вызывает вопросов. Бесспорно, необходимо повышать квалификацию журналистов, активнее привлекать экспертов, повышать ответственность за пропаганду наркотиков. В принципе понятно, что за этим стоит, какая система мер подразумевается. Другое дело, что реальное воплощение данных предложений сталкивается с массой теоретических и практических трудностей.

Однако среди предлагаемых мер по улучшению антинаркотической пропаганды в СМИ есть одно, не ясное по смыслу – это указание на необходимость комплексного подхода к проблеме освещения темы наркотиков в масс-медиа. В текстах отсутствует внятное разъяснение, в чем такой подход может заключаться. Семантическая неопределенность вкупе с частотой повторения заставляют предположить, что данная мера служит своеобразным психологическим механизмом защиты. Это не умаляет ее значимости, так как в психологии к защитами принято относиться серьезно.

На базе комплексного подхода предполагается создание единой концепции для СМИ при освещении проблемы наркомании, то есть речь идет о выработке информационной политики, основанной на всестороннем анализе ситуации.

Прежде всего отметим необходимость различения стратегий изучения объекта и его управления. Управление основано на знании, но, очевидно, что явление несводимо к его основе. В частности, возможен вариант, когда знание проблемы подводит к выводу о невозможности ее решения. Аналитика и прагматика нередко расходятся, об этом свидетельствуют неудачи, постигшие позитивистские проекты науки и исторические ограничения прагматизма.

В самом общем смысле комплексный подход предполагает учет всех факторов, участвующих в детерминации события или явления, он ассоциирован с системным порядком. Однако в методологии гуманитарного знания утвердилось мнение, что социальная теория не может быть одновременно общей, полной и точной (правило Торнгейта). Комплексный подход демонстрирует общность и полноту и требует дополнения дифференцирующим подходом, который призван восполнить недостаток точности.

Применительно к проблеме освещения в СМИ темы наркотизации комплексный подход не должен подразумевать унификацию, поскольку одной из существенных особенностей ситуации с наркотиками является ее сильная зависимость от собственно психологической составляющей. Под «собственно психологической составляющей» здесь имеется в виду зависимость поведения отдельного индивида, и в частности его реакций на информационные воздействия, от индивидуальных качеств – характера, воли, творчества. Психологическая составляющая, или психологический аспект, проявляется, в частности, в том, что ответная реакция личности на воздействия среды неоднозначна (в данном контексте «личность» и «индивидуальность» – синонимичные термины). Индивидуализирующий подход обязывает к применению в полной мере данных общей, социальной и дифференциальной психологии в анализе проблемы наркотиков и проблемы ее освещения в СМИ.

В интернет-дискурсе на тему «СМИ и наркотики», кроме отмеченных общих решений, присутствуют разные мнения и оценки, что производит впечатление ментального хаоса. Однако это впечатление верно, если различия мыслятся как противоречия. Если же в них видеть проявление разных сторон процесса, то уместно ставить вопрос о комплексном подходе, но для успешной интеграции необходима проработка каждой из граней проблемы в отдельности и в перспективе ее системной отнесенности.

Для примера сравним два текста, по-разному оценивающих однотипную ситуацию. Автор одного из них (это в целом хорошее дипломное сочинение) в числе основных ошибок, которыми грешат персональные наркоманские истории в молодежных изданиях, называет отсутствие решения проблемы: когда журналист описывает, как наркотики разрушили жизнь конкретного человека, однако не предлагает никаких вариантов решения проблемы. Тем самым в сознании читателя, как считает автор, формируется представление о невозможности борьбы с наркоманией.¹ В другом тексте утверждается практически противоположное: «Не меньшую тревогу вызывают материалы, в которых описываются примеры чудесных исцелений наркозависимых, о том, каких социальных успехов добились бывшие реабилитанты, что порождает иллюзию о том, что данная болезнь вполне излечима»². Едва ли возможно решить данное противоречие в пользу одного из суждений.

Приведенные мнения представляют два возможных типа реакции либо двух разных индивидов, либо одного лица, находящегося в разных точках своей «наркоманской истории». По-видимому, требуются разные информационные подходы в отношении тех, к кому нужно применять меры профилактики, и тех, кому требуется медицинская помощь.

Одна из самых главных трудностей в освещении темы наркомании в СМИ связана с тем, что медиа – это средства *массовой* информации и унифицированность и усредненность медиатекста диверсифицируется на уровне его восприятия, поскольку последнее обладает такими качествами, как избирательность и активность. Данные свойства амбивалентны, чаще всего они являются серьезной помехой для эффективной организации информационного воздействия на личность.

Кроме приведенного примера неоднозначности в оценке явлений медиасферы существуют и другие трудности, заслуживающие имени «антиномия». Обозначим две наиболее заметных в интернет-дискурсе: это вопрос о том, какая из информационных стратегий является оправданной: привлечение внимания к теме или ее замалчивание, а также проблема различения приемов информирования и пропаганды в медиатекстах. Последняя обсуждается в связи с тем, что тексты СМИ, чтобы быть прочитанными, должны привлекать внимание, а информационная привлекательность создается средствами художественной выразительности. Требование разделить пропаганду и информацию, высказываемое некоторыми авторами, не имеет достаточных теоретических обоснований ни в лингвистике, ни в психологии.

Общество вправе требовать от СМИ серьезного участия в антинаркотической пропаганде, но эти требования должны основываться на понимании реалий, а они таковы, что не предполагают простых решений.

¹ Нарыжная М. Проблема пропаганды наркомании на страницах печатных и виртуальных молодежных изданий. [Электронный ресурс]. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=31948>.

² Об исполнении решений антинаркотической комиссии Брянской области от 6 и 31 мая 2011 г. : информация аппарата антинаркотической комиссии Брянской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.32.fskn.gov.ru/450-o-propagande-narkotikov-v-regionalnyh-smi.html>.