
Коробицина Т.В.,

доктор медицинских наук
Сибирский федеральный университет
(г. Красноярск),
Красноярский государственный
медицинский университет имени
профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого

**ПРОБЛЕМЫ КОНСТРУКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ,
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНТЕРНЕТА И МОБИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ПРОФИЛАКТИКЕ ЗАВИСИМОСТЕЙ ОТ ПСИХОАКТИВНЫХ ВЕЩЕСТВ**

Тенденции, характерные для формирования современного наркорынка, позволяют прогнозировать только дальнейший рост социально-экономического ущерба от распространения наркомании.¹ В таких условиях требуется обновление превентивных программ профилактики аддиктивных расстройств, определение современных подходов формирования наркологической грамотности и разработка оптимальной методики использования современных информационных технологий.

При этом необходимо понимать, что профилактическое информационное воздействие может повлиять как на знания целевой группы по антинаркотической проблематике, так и на ее отношение к проблеме потребления психоактивных веществ (ПАВ) и на поведение целевой группы (помочь формированию желаемых навыков), но существенно различается в зависимости от степени вовлеченности целевой аудитории в потребление ПАВ.

Наиболее массовой, ориентированной на детей, подростков, молодежь является первичная профилактика, имеющая целью предупредить начало употребления ПАВ лицами, ранее их не употреблявшими. Ее усилия направлены на формирование способности сохранить и укрепить здоровье. Однако печатные средства массовой информации мало ориентированы на подобные проблемы этой аудитории (среди всех типов юношеских и молодежных изданий доминируют издания развлекательного характера, существенно превалируя над обучающими и познавательными). Печатные СМИ остаются важнейшим каналом коммуникации с активной (25-44 лет), но

обеспеченной аудиторией и целевыми аудиториями, находящимися за пределами досягаемости интернет-СМИ.² Большая часть студентов совсем не читают журналы и газеты (60%), у студентов вузов максимальный показатель популярности Интернета – 49,7% (у школьников – 42,9%, в училище – 33,3%).³ В целом основную группу пользователей Интернета составляют подростки в возрасте 16-20 лет, находящиеся в зоне риска наркопотребления. При этом Интернет и иные средства массовой информации являются ведущими источниками информации о наркотиках и наркомании.

Еще в 1998 г. Сессия Генеральной ассамблеи ООН, посвященная борьбе с наркоманией, определила, что разделение наркотиков на «легкие» и «тяжелые», сообщение о потреблении людьми, добившимся успеха, восхваление в коммерческих произведениях, привлечение внимания к прибылям наркобизнеса, информация об уличной стоимости конфискованных партий, выступление за легализацию немедицинского потребления, демонстрация предметов, состояний, ситуаций, связанных с приемом наркотиков, является пропагандой наркопотребления. И тем не менее до настоящего времени отсутствует контроль содержания «антинаркотических» пропагандистских материалов, не соблюдаются ограничения, присущие профилактике наркомании в целом. Как итог – антинаркотическая пропаганда проводится не только малоэффективными методами, но и в ряде случаев она сама может рассматриваться как реклама наркотиков и пропаганда наркопотребления, может стимулировать желание их попробовать, стать пусковым механизмом потребления. СМИ сегодня

практически не работают по социальному заказу, приоритет отдается сенсационности «информационного повода», фейковым (непроверенным, необъективным, непрофессиональным) публикациям. А изготовители социальной рекламы пытаются доказать, что употреблять наркотики – это плохо, вместо того чтобы объяснить людям, что не употреблять – это хорошо.

Стоит дополнительно учесть, что в Интернете пользователь сам избирает «свой путь», невозможно эффективно контролировать контент, отсутствуют механизмы общественного контроля, воздействия на структуру и содержание материалов в принципе, возможна публикация в интересах наркобизнеса: описание притягательных для молодежи переживаний, пропаганда экстремальности, героизация облика потребителя, обсуждение приема различных ПАВ (подростки не протраивают долгосрочных перспектив, поэтому информация о краткосрочном действии наркотика принимается, а о долгосрочном – нет), «практические» советы по ситуациям задержания сотрудниками правоохранительных органов.

Возникает вопрос: станет ли размещение антинаркотических материалов на сайтах, создание виртуальных клубов, обсуждение на интернет-форумах основным в профилактике наркотизации среди молодежи? Опыт такой работы в России есть, однако анализ даже «рекомендованных» российских и русскоязычных сайтов показал, что за редким исключением они способствуют нагнетанию напряжения в обществе, не дают объективной профессиональной информации по проблеме, «грешат» обсуждением свободы личности в выборе потребления наркотика, освещают аспекты наркомании, в которых может содержаться скрытая пропаганда, дискредитируют профессиональную помощь. Часто одной публикацией пытаются решать задачи не только первичной, но и вторичной (ориентирована на лиц, пробовавших психоактивные вещества, имеющих признаки зависимости) и даже третичной (включает меры медицинской и социальной реабилитации наркологических больных) профилактики.

Как нам представляется, работа по размещению материалов в СМИ и сети Интернет должна быть четко спланирована, выполняться специалистами, хорошо разбирающимися в проблеме наркомании и наркопреступности, должна прежде всего создавать и поддерживать условия, при которых выбор здорового образа жизни становится привлекательным и доступным. И, главное, – дополнять образовательные программы в профилактике зависимостей от ПАВ, рассматриваться как некий вспомогательный контент, к которому можно обратиться по рекомендации преподавателя, воспитателя с последующим обсуждением.

Нельзя обойти вниманием возможности использования носимых (мобильных) электронных устройств, работающих с развлекательными (проигрыватели аудио- и видеофайлов, просмотрщики изображений и электронных книг, игры) и коммуникационными (отвечают за общение пользователя по телефону и SMS, его контакты в электронной почте, ICQ, социальных сетях) приложениями.

Существуют объективные преимущества мобильного информирования:

- участники свободно перемещаются, расширяются рамки предоставления профилактического контента;

- обеспечивается возможность легкого доступа к информации всем (мобильное устройство (телефон) есть у подавляющего большинства в отличие от персонального компьютера);

- информационные материалы легко распространяются между пользователями благодаря современным беспроводным технологиям (WAP, GPRS, Bluetooth, Wi-Fi);

- благодаря подаче информации в мультимедийном формате, она лучше усваивается и запоминается.

Опрос сплошной выборки студентов вуза (71 студент отделения социальной работы Юридического института СФУ) об использовании мобильных технологий в антинаркотической профилактике показал, что подавляющее большинство (97,2%) имеют соответствующие носимые устройства и активно общаются в социальных сетях, обмениваясь контентом (88,7%). Желаемой преимуществен-

ной формой подачи профилактической информации отметили: группу в социальной сети «ВКонтакте» (67,6%), игру (45,1%), голосовой сервис (19,7%). Выбор игры диктовался возможностью интересной подачи информации, свободой выбора пути, азартом. Предлагалось также использовать контент с «вирусным» эффектом.

Выбор студентами преимущественной формы распространения информации через создание группы в социальной сети отражает современную тенденцию трансформации отношения к виртуальному миру от предмета исследовательского интереса и развлечения к сфере общения и создания собственного контента. В этой связи обоснованно ожидать эффект от профилактических проектов, информационно продвигаемых именно через наиболее популярную у молодежи социальную сеть. Как пример можно привести не только группу в социальной сети «ВКонтакте» АнтиДилер Красноярск, но и ДоброКрск/Я – добровольцев Красноярского края, объединяющую участников, активно занимающихся социально позитивной деятельностью в рамках флагманской программы Красноярского края «Добровольчество». Здоровая альтернатива проведения свободного време-

ни, забытая, а современной молодежи почти неизвестная, – работа «тимуровцев» возрождается.

В современных реалиях профессионалам – представителям средних и старших возрастных групп необходимо не просто предпринимать попытки понять новую информационную среду, значимую для молодежи, но активно осваивать и, используя свой опыт «традиционной» деятельности, воздействовать на целевые группы с применением и «продвинутого» инструментария.

¹ Татаркин А.И., Куклин А.А., Клевакин А.Н. Практическая роль науки в условиях современной эволюции социально-экономических отношений в сфере незаконного оборота наркотиков // Наркоконтроль. 2014. № 3. С. 3–8.

² Российская периодическая печать: состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад / под общ. ред. В.В. Григорьева. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016.

³ Жилавская И.В. Влияние СМИ на молодежь. Социологическое исследование (Томский институт информационных технологий) // Медиаобразование: от теории к практике: сборник материалов I Всероссийской научно-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации» (Томск, 20–21 ноября 2007 г.) / сост. И.В. Жилавская. Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2007. С. 240–277.

Нескрябина О.Ф.,

доктор философских наук, профессор
Сибирский федеральный университет
(г. Красноярск)

РОЛЬ РЕЛИГИОЗНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ В ДЕЛЕ ДОСТИЖЕНИЯ И ПОДДЕРЖАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО СОГЛАСИЯ

Гражданское согласие является условием отношений доверия между структурами общества и государства. В социальных науках и в общественном мнении есть упование на то, что возрастающая религиозность российских граждан способна быть интегрирующей силой, и церковь служит связующим звеном между институтами государства и гражданами. Насколько эти надежды оправданны?

Известно, что по данным опросов общественного мнения большинство

россиян (более 70%) считают себя людьми верующими. Однако степень воцерковленности наших граждан существенно ниже. У многих верующих отсутствует четкая конфессиональная идентификация. В этой ситуации нетривиальным является вопрос: каков характер религиозной веры современного россиянина? Во что верят те, кто называют себя христианами, но не являются прихожанами какой-либо церкви?

Вопрос об особенностях религиозной идентификации требует серьезного