МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Дипломная работа

**Проблема пропаганды наркомании на страницах   
печатных и виртуальных молодежных изданий**

Допустить к защите:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой

Выполнила

Студентка V курса

Нарыжная Марина Викторовна

Научный руководитель:

Александрова Н. Н.,

к.и.н., доцент

МОСКВА 2006

**Оглавление**

Введение…………………………………………………………………….С.1

**Глава I Современное состояние проблемы пропаганды наркомании в молодежных печатных и виртуальных СМИ**……………………...С.5

1.1. Общие характеристики современных молодежных СМИ……...…..С.7

1.2. Цель CМИ при освещении проблемы наркомании………...……….С.8

1.3. Причины актуальности проблемы пропаганды в молодежной прессе…………..……………………………………………………………С.9

1.4. Влияние идеологии Запада…….……………………………………..С.14

1.5. Законодательство РФ о понятии «пропаганды наркотических веществ»…………………………………………………………………...С.17

1.6. Ситуация с пропагандой наркомании в Интернете...………………С.20

1.7. Правила освещения журналистом проблемы наркомании……...…С.22

**Глава II Практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков в печатных и виртуальных молодежных СМИ**…………...…………………………………………………………..С.25

2.1. Темы, от освещения которых следует отказаться..………………...С.26

2.2. Выбор источника информации………………………………………С.35

2.3. Безграмотное построение материала………………………………..С.37

2.4. Ошибки при обращении со словом………...……………………….С.39

2.5. Использование статистических данных…………………...………..С.41

2.6. Значение выбора заголовка……………………………………….…С.41

Заключение……………………………………………………….…….….С.43

Литература…………………………………………………………………С.46

Введение

Современное общество всерьез обеспокоено эпидемией наркомании, ежегодно уносящей сотни тысяч человеческих жизней.

Федеральная служба наркоконтроля оценивает количество наркоманов в России в миллионы человек (от трех до восьми миллионов).

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 СМИ отведена главная роль в борьбе с наркоманией, в профилактике наркомании и пропаганде здорового образа жизни среди населения России.

В то же время, несмотря на запрещение законом пропаганды наркотиков, открыто продолжают выходить в свет материалы, пропагандирующие наркоманию и сводящие на нет всю профилактическую деятельность СМИ. Без преувеличения можно сказать, что каждый материал, каждое неосторожное слово способно подтолкнуть человека к употреблению наркотиков (особенно подростка, более подверженному влиянию средств массовой информации).

Проблема пропаганды наркомании в средствах массовой информации всерьез беспокоит журналистское сообщество. Именно сейчас, чтобы препятствовать пропаганде наркомании в СМИ, известными журналистами все чаще ставятся вопросы о создании специальной экспертной комиссии, для отслеживания фактов пропаганды в СМИ; о создании единой концепции для СМИ при освещении проблемы наркомании; об обучении журналистов, пишущих по проблеме; о создании специализированного профессионально-этического кодекса для журналистов; о регулировании законодательной базы и др.

Вопрос об устранении пропаганды наркомании в прессе требует скорейшего разрешения, так как регулярная пропаганда наркомании в прессе приведет к тому, что через несколько лет употребление наркотиков будет рассматриваться обществом как допустимое, пусть и нежелательное, поведение, так же, как употребление алкоголя и никотина. А это абсолютно недопустимо, учитывая разрушительное влияние наркотиков на организм человека (наркоман с момента начала употребления живет, в среднем, от трех до пяти лет).

Можно сделать вывод, что промедление решения проблемы пропаганды наркомании в СМИ через несколько десятилетий поставит под вопрос существование человеческого сообщества.

Для начинающих журналистов очень важно не только понять значение проблемы пропаганды наркомании, но и построить свою журналистскую деятельность таким образом, чтобы избежать в материалах пропаганды наркомании и вести в СМИ борьбу с пропагандой наркомании.

Именно по этой причине **целью** данного исследования является анализ современного состояния проблемы пропаганды наркомании в средствах массовой информации.

**Задачи исследования** – рассмотреть современное состояние проблемы пропаганды наркомании в молодежных печатных и виртуальных СМИ; разработать практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков в печатных и виртуальных СМИ.

**Объект исследования** – пропаганда наркомании в современных российских молодежных СМИ.

**Предмет исследования** – технологические приемы, методы усиления эффективности пропаганды отрицательного отношения к наркотикам.

В качестве **источников** мы определили молодежные печатные и виртуальные издания, т.к. именно молодежные газеты и журналы часто становятся объектом обвинений в пропаганде наркотиков. Материалы молодежных виртуальных изданий по проблеме наркомании имеют ряд общих черт с материалами молодежных печатных СМИ, как по тематике, так и по содержанию. Это дает нам возможность объединить для исследования проблемы пропаганды наркомании в данной работе как печатные, так и виртуальные молодежные СМИ.

**Хронологические рамки** исследования – 2001 – 2006 год.

**Критерием отбора печатных изданий** стали результаты рейтинга популярности печатных СМИ в молодежной аудитории[[1]](#footnote-1)1. Таким образом, в процессе данного исследования нами были проанализированы молодежные журналы «Молоток», «Ровесник», «Кул» (Cool), «Кул-гел» (Cool girl), «Штучка», «Неон».

**Критерием отбора виртуальных изданий** стали результаты рейтинга антинаркотических ресурсов Narcotop[[2]](#footnote-2)2, определяющего самые посещаемые сайты, посвященные проблеме наркомании. Так, нами были проанализированы виртуальные молодежные издания «Без наркотиков» и «Наркозона».

**Структура работы.** Дипломное сочинение состоит из введения, двух глав, посвященных теоретическому и практическому разбору проблемы пропаганды наркомании, и заключения.

В первой части рассматривается современное состояние проблемы пропаганды наркомании в молодежных печатных и виртуальных СМИ:

* приводятся общие характеристики современных молодежных СМИ;
* рассматривается теория о влиянии идеологии Запада на современные СМИ;
* определяется цель СМИ при освещении проблемы наркомании;
* освещаются причины актуальности проблемы пропаганды наркомании в молодежной прессе;
* выявляются противоречия в российском законодательстве относительно пропаганды наркомании в СМИ;
* оценивается ситуация с пропагандой наркомании в сети Интернет;

Вторая часть посвящена попытке разработать практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков.

На основе виртуальных и печатных молодежных материалов, посвященных проблеме наркомании, мы рассмотрели:

* наиболее часто освещаемые журналистами аспекты проблемы наркомании;
* используемые журналистами источники информации;
* способы построения материалов о наркомании;
* выбираемые для описания проблемы слова;
* примеры использования в материалах статистических данных по наркомании;
* примеры заголовков материалов по проблеме.

На основе изученных материалов мы постарались определить, где чаще всего журналисты допускают неосторожные высказывания по отношению к наркотикам, которые можно расценивать как пропагандирующие наркоманию, и разработать требования для работы журналиста над материалами по проблеме, чтобы свести к минимуму возможность пропаганды наркомании.

Данная работа носит, прежде всего, практическое значение. Мы постарались объяснить начинающим журналистам, пишущим материалы по проблеме наркомании, необходимость борьбы с пропагандой наркомании на страницах молодежных изданий; составить рекомендации, при использовании которых материал будет способствовать возникновению у читателей отрицательного отношения к наркотикам.

**Глава I Современное состояние проблемы пропаганды наркомании в молодежных печатных и виртуальных СМИ**

О масштабах распространения наркомании (от греч. «наркозис» - сон, оцепенение; «мания» - страсть, безумие) в России говорит официальная статистика на 2005 год.

По данным Федеральной службы РФ по наркоконтролю сейчас в стране около 500 тысяч явных наркоманов (состоящих под диспансерным наблюдением) - это, по самым оптимистичным подсчетам, одна десятая от общего числа злоупотребляющих[[3]](#footnote-3)1.

«Наркомания – не только серьезная болезнь, но и проблема, распространение которой кому-то выгодно»[[4]](#footnote-4)2. С точки зрения маркетинга, наркотики являются идеальным товаром, потому что формируют психологическую и физическую зависимость потребителя от продукта и вынуждают к его постоянной покупке[[5]](#footnote-5)3. В сочетании с бешеной стоимостью и с быстро возрастающим спросом (один наркоман за свою жизнь привлекает к употреблению около 20ти человек[[6]](#footnote-6)4) наркотик приносит огромный доход нелегальному бизнесу (стоимость 1т. сырья после переработки в кокаин возрастает более чем в 12 тыс. раз[[7]](#footnote-7)5).

Основными потребителями наркотиков является молодежь в возрасте 12-25 лет[[8]](#footnote-8)6. По информации Минздрава России, в 2005 году средний возраст приобщения к наркотикам в РФ составляет 15-17 лет, участились случаи первичного употребления наркотиков детьми 9-13 лет и детьми 6-7 лет[[9]](#footnote-9)7.

Это связано с укоренившимся в сознании молодежи представлением о том, что употребление наркотиков:

- необходимо, причем во всех сферах жизнедеятельности человека (наука - «наука и наркотики всегда идут рука об руку»[[10]](#footnote-10)1, творчество - помогает «пофантазировать»[[11]](#footnote-11)2 и др.);

- приятно («находящимся под их воздействием кажется, что все отлично»[[12]](#footnote-12)3);

- способно приносить пользу («все наркотические средства в первую очередь обезболивающие»[[13]](#footnote-13)4, «каннабис…признали полезным при астме, невралгии, эпилепсии, запое»[[14]](#footnote-14)5);

- способно решить проблемы («на какое-то время ликвидируют чувство тревоги и неуверенности в своих силах»[[15]](#footnote-15)6;

- исторически оправдано («Наркотики знакомы людям уже несколько тысяч лет. Их потребляли люди разных культур, в разных целях: во время религиозных обрядов, для восстановления сил, для изменения сознания, для снятия боли и неприятных ощущений»[[16]](#footnote-16)7.

«Есть только 3 причины чтобы не употреблять наркотики: страх смерти, воспитание… и когда это не нужно… И миллиарды причин, чтобы употреблять»[[17]](#footnote-17)8.

В распространении информации о наркотиках средства массовой информации играют главную роль - 56,6 % подростков первые сведения о наркотиках получают именно из СМИ, 31,1% - от сверстников, которые, в свою очередь, получают информацию из СМИ[[18]](#footnote-18)9.

Молодежные печатные и виртуальные СМИ часто обвиняются общественностью в пропаганде наркомании. Причины и обоснованность подобных обвинений, законодательно-правовые аспекты пропаганды наркомании, общие характеристики современных молодежных СМИ, профессионально-этические качества, необходимые журналистам для работы над проблемой наркомании будут подробно рассмотрены в данной главе.

* 1. **Общие характеристики современных молодежных СМИ**

За последние десять лет в Российской Федерации структура средств массовой информации для молодежи претерпела существенные изменения, как в тематическом, так и в количественном плане[[19]](#footnote-19)1. С одной стороны, значительно выросло общее количество СМИ, ориентированных на молодого читателя. С другой – такой количественный рост, не подкрепленный кадровым потенциалом на фоне существовавшей политической и социально-экономической ситуации, привел к остро негативным последствиям в информационной среде.

В Российской Федерации зарегистрировано свыше 350 периодических изданий для молодежи. Суммарный тираж этих изданий составляет до 3 млн. экземпляров ежемесячно[[20]](#footnote-20)2.

На современном российском рынке печатных СМИ для молодежи доминируют издания развлекательного характера (их совокупный ежемесячный тираж составляет до 75 процентов от тиража всех типов юношеских и молодежных изданий)[[21]](#footnote-21)3.

Во всем спектре юношеской и молодежной прессы слабо представлены издания обучающего и познавательного характера[[22]](#footnote-22)4.

Говоря о современной молодежной прессе России и Казахстана, Сагымбай Козыбаев, профессор, д.и.н., президент Академии журналистики Казахстана, совершенно справедливо отмечает: «В настоящее время с сожалением приходится констатировать, что на рынке прессы для молодежи безраздельно властвуют российские или западные издания, адаптированные для молодежи СНГ, такие как «Cool», «Птюч», «YES», «Ровесник» и др., что еще раз наглядно подтверждает глобализацию информационного рынка. Подобные издания делают упор на развлекательную информацию. Издания идут на поводу у аудитории (которая предпочитает читать о музыке, шоу-бизнесе, сексе, сплетнях), не стремятся поднимать её культурный и образовательный уровень. Огромный крен в молодежных СМИ в сторону музыки, развлечений, моды, анекдотов, приколов»[[23]](#footnote-23)1.

**1.2. Цель СМИ при освещении проблемы наркомании**

Соглашаясь с тем, что основным назначением современных молодежных изданий является развлечение читателя, определим, в чем заключается их цель при освещении проблемы наркомании.

СМИ, несомненно, могут влиять на уровень потребления наркотических веществ в обществе[[24]](#footnote-24)2. Являясь основным источником информации о наркотических веществах, каждый материал способствует формированию общественного мнения по отношению к проблеме наркомании. И хотя один конкретный материал в СМИ вряд ли сможет кардинально изменить ситуацию, каждый материал вносит свою лепту в то, чтобы склонить общественное мнение в ту или иную сторону[[25]](#footnote-25)3.

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 не планируемого обратного эффекта (пропаганды наркотических средств)»[[26]](#footnote-26)1.

Неправильное освещение журналистами вопроса наркомании провоцирует пропаганду наркотиков среди молодежи и осложняет борьбу с этой проблемой[[27]](#footnote-27)2.

**1.3. Причины актуальности проблемы пропаганды в молодежной прессе**

Рассмотрим основные причины, по которым проблему пропаганды в молодежной прессе можно считать актуальной.

### Непрофессионализм журналистов

«Авторами большинства материалов о борьбе с наркоманией являются начинающие журналисты, которые зачастую не владеют специальными медицинскими познаниями в данной области, не знакомы с законодательством, регулирующим вопросы борьбы с наркоманией»[[28]](#footnote-28)3.

«Почти не публикуются статьи специалистов, имеющих прямое профессиональное отношение к решению проблемы наркомании: врачей, психологов, педагогов, сотрудников правоохранительных органов»[[29]](#footnote-29)4.

К частым ошибкам, допускаемыми молодыми журналистами, можно отнести следующие:

* непонимание сущности наркомании, сведение проблемы к вопросам «употреблять» или «не употреблять»[[30]](#footnote-30)5;
* создание «моральной паники» в обществе[[31]](#footnote-31)1;
* отсутствие конкретных рекомендаций для решения проблемы[[32]](#footnote-32)2;
* употребление наркотиков – личное дело каждого человека[[33]](#footnote-33)3;
* описание наркомана как больного, но не преступника (асоциальное поведение наркомана в данном случае будет расцениваться как допустимое для его состояния)[[34]](#footnote-34)4;
* разделение наркотиков на «легкие» и «тяжелые»[[35]](#footnote-35)5;
* освещение аспектов наркомании, в которых может содержаться скрытая пропаганда (вопросы легализации наркотиков[[36]](#footnote-36)6, финансовая прибыль наркобизнеса[[37]](#footnote-37)7, героизация звезд шоу-бизнеса[[38]](#footnote-38)8 и др.);
* неверный выбор источника информации;
* героизация личности наркомана;
* попытка одним материалом воздействовать и на наркоманов, и на людей, не употребляющих наркотики[[39]](#footnote-39)9;
* 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.

Это ведет к тому, что «продолжают появляться материалы, которые можно расценивать как скрытую пропаганду и незаконную рекламу наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров»[[40]](#footnote-40)1.

Эксперты свидетельствуют, что сложные материалы в СМИ проходят предварительную экспертизу (юридическую, экспертную), но журналисты, пишущие на тему наркомании почему-то редко показывают свои материалы специалистам. Сами журналисты отмечают, что всем коллегам по перу не хватает компетентности, а порой и элементарных знаний для правильного освещения грандиозной общественной проблемы, и этот пробел необходимо компенсировать.

Лишь в последние годы журналисты стали ставить вопрос об обучении и повышении собственной квалификации, чтобы избежать пропаганды наркомании в обществе.

Среда наркоманов постоянно обновляется, поэтому журналистам, пишущим на тему наркомании, надо постоянно учиться, использовать в своих материалах новые данные, чтобы правильно освещать проблему.

«Врачи каждые пять лет проходят переквалификацию, почему бы журналистам не поучиться. Ведь грань между ужасом и легкомыслием может увидеть только человек, который «в теме»[[41]](#footnote-41)2.

# Отсутствие единой концепции для СМИ

«Еще одна существенная деталь: в России нет общей концепции для СМИ, на которую следует опираться при работе над подобными материалами»[[42]](#footnote-42)3. Поэтому каждое конкретное издание определяет собственную концепцию по освещению проблемы наркомании. Рассмотрим наиболее спорные вопросы.

**- Стоит ли вообще говорить о наркомании?**

Журналисты высказывают следующие мнения:

«Достаточная информированность каждого о наркомании и её губительных последствиях - прекрасная профилактическая мера»[[43]](#footnote-43)1.

«Любое упоминание о наркотиках и их вреде в СМИ и в обществе повышает уровень распространения детской наркомании (феномен детской психологии: если нельзя, значит, надо попробовать)[[44]](#footnote-44)2.

«О наркомании говорить нельзя: постоянным тиражированием материалов создаем рекламу самому явления»[[45]](#footnote-45)3.

«Отсутствие материалов о наркомании неизбежно склоняет общественное мнение в сторону положительного отношения к наркотикам»[[46]](#footnote-46)4.

«В освещении проблем наркомании необходимо соблюдать такт и чувство меры. Однако и фигура умолчания, когда вовсю пылает наркотический пожар, совершенно неуместна и даже преступна»[[47]](#footnote-47)5.

Учитывая актуальность проблемы наркомании для подростков, молодежные издания чаще склоняются к тому, что говорить о наркомании необходимо.

**- Запугивать ли молодежь, освещая только негативные аспекты проблемы?**

Большинство журналистов в своих материалах используют информацию угрожающего и предостерегающего характера. Практика показывает, что подобный подход не всегда эффективен.

«Профилактические программы, которыми нас снабжают западные борцы с наркоманией, строго-настрого запрещают пугать детей наркотиками. Оказывается, надо показывать как отрицательные, так и положительные стороны наркомании. Подросток должен сделать «свой выбор». На самом деле, такая противоречивая информация создает когнитивный диссонанс и не позволяет возникнуть нужной отрицательной установке»[[48]](#footnote-48)1.

Когда в 1987 году американцы начали всерьез бороться с наркоманией, они сделали ставку именно на запугивание. Один из плакатов, например, изображал молодого человека с дулом пистолета, вставленным в ноздрю, и лаконичной надписью «Кокаин». Эта пропагандистская кампания имела потрясающий результат – количество наркоманов уменьшилось наполовину.

#### Отсутствие практических разработок для журналистов

Отсутствие практических разработок по правильному освещению проблемы, не допускающему пропаганды наркотиков («многим практикующим журналистам приходится опираться на собственную интуицию и сознание социальной ответственности»[[49]](#footnote-49)2), часто приводит к тому, что затрагиваются темы, косвенно призывающие к пробе наркотиков. «По словам борцов с наркотиками, любая неверная формулировка может подтолкнуть к игле неокрепших духом читателей»[[50]](#footnote-50)3.

Существует только один документ - Декларация «Об ответственности журналистов российских электронных и печатных СМИ в освещении проблем профилактики злоупотребления наркотиками и противодействия их незаконному обращению»[[51]](#footnote-51)4 - формулирующий принципы освещения проблемы наркомании журналистами. Но, созданный еще в 2001 году, он не получил необходимой огласки в прессе и доступен только в электронном виде на информационном ресурсе «Нет наркотикам»[[52]](#footnote-52)5.

В большинстве своем, специалисты оценивают влияние современных молодежных СМИ как «неадекватное сложившейся ситуации»[[53]](#footnote-53)6, провоцирующее к употреблению наркотиков. О.В. Шарапова, заместитель министра здравоохранения: «Дешевая сенсационность материала, безапелляционные и в значительной части ложные суждения, идущие вразрез со здравым смыслом, подмена понятий и беззастенчивое манипулирование читателем - все это, безусловно, способно оказать негативное влияние на формирование устойчивости несовершеннолетних к потреблению наркотиков. При охвате подобными «статьями» значительной части молодежной аудитории, мы в праве ожидать увеличения потребления наркотических средств в популяции несовершеннолетних»[[54]](#footnote-54)1.

**1.4. Влияние идеологии Запада**

Существует теория, что все современные средства массовой информации (не только молодежные), считающие своей аудиторией, в том числе, молодежь 12-25 лет, занимаются скрытой пропагандой наркомании. Создатель данной теории – Н.Е. Маркова, руководитель центра коммуникативных исследований Института социально-экономических проблем народонаселения РАН, автор научно-популярной монографии «Культуринтервенция» - первой в России предложила рассматривать эпидемию наркомании как результат информационного воздействия – драгмаркетинга – и разработала методику борьбы с ним.

Сущность теории в следующем. Все каналы СМИ поставляют для детской и юношеской аудитории один и тот же набор явно идеологически окрашенной тематики[[55]](#footnote-55)2:

**1) Секс-пропаганда**, содержащая дискредитацию секса как личностного акта половой любви и пропаганда секса в качестве развлечения. В основном это тема Fast-love (моментального спаривания), извращений и гомосексуализма.

**2) Молодежная мода**. Пропаганда шокирующей эпатажной моды с пропагандой различных субкультур, моды для дискотеки, унисекс, клеймения (татуировки, выбривания головы и т.п.). Таким образом, молодежной аудитории навязываются такие признаки внешнего облика, которыми раньше наделяли людей, от которых хотелось оградиться (заключенные, умалишенные).

**3) Девиантность** (отклонение, уход с пути, разрушение табу и общепринятых норм поведения). Сюда относится описание различных видов преступлений, публичного полового акта, нецензурная брань и т.д.

**4) Мифология наркотиков.** В неё входит пропаганда «безбашенности», «экстремальности», экстремальных видов спорта. Под этим всем скрывается завуалированная для непосвященного взгляда пропаганда наркотиков. Для того, чтобы нормальный человек пришел к наркотикам, надо, чтобы у него появилась «легкость в мыслях необыкновенная», чтобы он, по Пушкину, оказался «у бездны мрачной на краю». Для этого распространяется информация о возможности постижения мистики и сверхчувственного: об астрологии, ужасах, пришельцах, НЛО[[56]](#footnote-56)1. Таким образом, вокруг человека образуется мифологическая оболочка, которая способствует полной потере ориентации в жизни. Становится зыбкой грань между реальным и воображаемым. Непонятно, что хорошо, а что плохо. Все это подталкивает молодого человека к безответственному входу в мир наркотиков.

**5) Рок-звезды и рок-музыка.** Реклама звезды, сведения о её гонорарах, описание успеха и богатства, любовных приключений, сообщения о преступлениях и подверженности наркомании. Время от времени какая-нибудь из рок-звезд вдруг снимается в фильме в роли наркомана. Поскольку с образом «звезды» у молодых людей связываются их поступки и стиль жизни, понятно, какие примеры для подражания им навязываются.

**6) Реклама мест и способов развлечений:** реклама клубов, рок-концертов, дискотек, массовых праздников и других «тусовок».

Эти темы самым чудовищным способом вторглись в западное искусство, западные СМИ, а теперь и в нашу культуру. «Практически, все информационные продукты, которые поставляет нам Запад, имеют совершенно определенное воздействие, определенную идеологию, моделирующую у молодежи поведение человека, употребляющего наркотики, - говорит Наталья Маркова, - в настоящее время вполне уместно говорить об идеологическом захвате российской культуры, и, как ни грустно это осознавать, мы находимся в состоянии агрессивной культурной интервенции со стороны США и стран Западной Европы».

Как считают современные исследователи, на сегодняшний день практически нет ничего более опасного молодежи, чем смотрение телевизора или чтение молодежных журналов, потому что идеология, которая совершенно незаметным образом навязывается под видом отсутствия идеологии, пропагандирует наркоманию.

Средство борьбы с западной идеологией и пропагандой наркомании в СМИ, ориентированных на молодежь, Наталья Маркова видит в «оздоровлении информационного пространства»[[57]](#footnote-57)1. «Необходимо научить детей гасить информационные зажигалки»[[58]](#footnote-58)2. Уже второй год исследовательская группа Натальи Марковой проводит учебный курс для школьников 8-10-х классов, состоящий из шести уроков - «Барьер». В доступной форме подросткам объясняется, как работают разные информационные ловушки. В ближайшее время планируется обучение преподавателей для чтения курса в Петербурге, Новосибирске, Кирове, Вологде, Ставрополе.

Н.Е. Маркова считает, что если распространить этот опыт на всю Россию, то поменяются интересы аудитории, а значит, газетам и журналам придется печатать другие статьи, телекомпаниям – показывать другие передачи. Это и есть оздоровление информационного пространства.

К сожалению, эксперимент Натальи Марковой не получил широкой огласки и в качестве профилактики наркомании школьные преподаватели рекомендуют детям отслеживать, как освещается проблема наркомании в молодежных изданиях.

**1.5. Законодательство РФ о понятии «пропаганды наркотических веществ»**

В 1998 году был принят Федеральный закон «О наркотических средствах и психотропных веществах». Статья 46 этого закона запрещает пропаганду наркотических средств и психотропных веществ[[59]](#footnote-59)1.

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[[60]](#footnote-60)2.

Вторая часть запрещает пропаганду каких-либо преимуществ использования отдельных наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, равно как пропаганду использования в медицинских целях наркотических средств, психотропных веществ, подавляющих волю человека либо отрицательно влияющих на состояние его психического или физического здоровья[[61]](#footnote-61)3.

Есть еще статья 6.13 нового Административного кодекса, по которой пропаганда наркотических средств или психотропных веществ влечет наложение штрафа от 20 до 25 минимальных зарплат на гражданина, от 40 до 50 на должностных лиц и от 400 до 500 на юридических лиц. Остается только доказать в суде, что пропаганда наркотиков является пропагандой наркотиков.

Из-за плохой формулировки статьи 46 Федерального закона «О наркотических средствах…», возникают следующие вопросы.

**- Насколько корректно с точки зрения современного русского языка само сочетание слов «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров»?**

Слово «пропаганда» (от лат. рropagare – распространять) обозначает деятельность, направленную на то, чтобы повлиять на сознание индивидов, отдельных общественных групп или на общество в целом для достижения определенной, заранее намеченной цели[[62]](#footnote-62)1.

По мнению Михаила Горбаневского, председателя правления Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС), слово «пропаганда» может вступать в семантические сочетания только со словами, обозначающими нечто абстрактное. Например, можно пропагандировать здоровый образ жизни, но нельзя пропагандировать витамины. Поэтому, в данном случае корректнее говорить о запрещении пропаганды наркомании, наркокультуры, то есть идей, взглядов или воззрений, способствующих распространению наркомании, но не запрещению пропаганды наркотических средств[[63]](#footnote-63)2.

**- Насколько полно Закон «О наркотических средствах…» дает определение понятия «пропаганды наркотических средств»?**

Первая часть 46 статьи Закона «О наркотических средствах…» определяет «пропаганду наркотических средств» как «сведения о способах, методах разработки, изготовления отдельных наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров».

Из этой формулировки следует, что для установления факта правонарушения требуется, чтобы в тексте содержались сведения о рецептуре, технологии изготовления, медикаментозного использования наркотиков, о местах, где они продаются и покупаются и т.д. Такой трактовки явно недостаточно, так как под нее попадает только самая явная и малая часть случаев пропаганды наркомании в СМИ[[64]](#footnote-64)1. Если бы в правовое пространство ввести наказание за косвенную пропаганду наркотиков, то возможно было бы проводить не только лингвистическую, но и психолингвистическую экспертизу статей, необходимую с точки зрения Михаила Горбаневского.

**- Можно ли отличить пропаганду от информирования?**

Информационная деятельность заключается в том, чтобы сообщать сведения о фактах и мнениях, тщательно сформулированных и четко разграниченных. Цель пропагандистской деятельности - не информирование, а убеждение, распространение только таких фактов, мнений и вымыслов, маскирующихся под факты, которые могут побуждать людей бездумно действовать в нужном пропагандисту направлении. Следовательно, нужно определить лингвистические критерии разграничения пропаганды и информации[[65]](#footnote-65)2.

Таким образом, по мнению Михаила Горбаневского, практика настоятельно требует внесения изменений и дополнений в законодательную формулировку понятия «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров». Это дало бы в руки не только журналистам, юристам, но и экспертам надежную правовую базу, позволяющую выработать однозначные лингвистические критерии и единообразные подходы к интерпретации данного понятия применительно к контексту тех или иных литературно-художественных и публицистических произведений.

Существуют и другие проблемы. Так, 46 статья Закона «О наркотических средствах» является статьей непрямого действия и не имеет своего выражения в Уголовном Кодексе Российской Федерации[[66]](#footnote-66)1. Поэтому осуществить какие-либо правовые взыскания по ней невозможно.

В том же законе четко сказано, что контролем за рекламой наркотических средств занимаются антимонопольные ведомства (в России - Министерство антимонопольной политики). Другое дело, когда это Министерство отказывается рассматривать книги на наличие пропаганды наркомании, невзирая на соответствующий приказ.

Следовательно, необходимо редактирование Уголовного Кодекса, создание аналитических разработок, создание специальных экспертных советов для того, чтобы можно было возбуждать уголовные дела в отношении изданий, интернет-ресурсов, которые допускают прямую пропаганду наркотиков»[[67]](#footnote-67)2.

**1.6. Ситуация с пропагандой наркомании в Интернете**

Ситуация в интернете коренным образом отличается, причем, в худшую сторону от той, с которой приходится сталкиваться в печатных средствах массовой информации. Благодаря открытости всемирной сети в ней совершенно спокойно действуют сотни сайтов явной или скрытой пронаркотической ориентации.

Так, например, содержание сайта, посвященному Кетамину, говорит само за себя - в каком виде и в какой обстановке «можно» употреблять Кетамин, каких психоделических (с греч. «просветляющих душу») последствий можно достичь и какой дозой и т.п.

Если внимательнее вчитываться в текст, найдутся и ненавязчивые намеки на легкость изготовления препарата («производить Кетамин намного легче, чем MDMA[[68]](#footnote-68)1 - химикаты, необходимые для варки гораздо проще и гораздо безопаснее, поскольку он не является запрещенным наркотиком»[[69]](#footnote-69)2), и на необходимость «тренироваться» до приема кетамина на других наркотиках («большинство считает, что Кетамин не следует применять без некоторого опыта в употреблении психоделических препаратов, разве что вы хотите испытать полное вне-телесное восприятие, которое наверняка изменит вашу жизнь»[[70]](#footnote-70)3), и на «непривыкание» («я предпринимал путешествия еще пару раз... Это было интересно, но у меня нет желания повторять это»[[71]](#footnote-71)4).

«Балуют» внимание пользователей интернета трактаты о безвредности марихуаны. Американская версия книги "Про травку - много и подробно" Брайана Джулина (защищенной законом об авторском праве) была переведена русскими поклонниками запретной марихуаны и опубликована в интернете. Преподносимая читателям информация называется максимально приближенной к достоверности, но «влияет на психику. Авторы и распространители не несут ответственности за перемены взглядов»[[72]](#footnote-72)5.

Общий смысл текста можно свести к следующему: негативные последствия после приема травки не подтверждены научными исследованиями.

- Повреждает ли травка мозг?

- Травка вреднее сигарет?

- Умирают ли люди, "перекурив"?

- Ухудшает ли травка память?

- Может ли травка сделать моего дружка сумасшедшим?

- Является ли травка "начальным наркотиком"? Не ведет ли она к употреблению более сильных наркотиков?

- Марихуана снижает уровень тестостерона у подростков-мальчиков и вызывает различные нарушения здоровья и развития?

На вышеперечисленные вопросы автор отвечает отрицательно.

Так же в интернете с помощью поисковых систем можно найти электронную версию "Поваренной книги Анархиста" Ульяма Пауэлла, где автор делится своими познаниями в области наркоманской кулинарии (способами приготовления конопляного супа, пирожков и шоколадных бананов с гашишем), учит готовить наркотики из бананов, арахиса и грецких орехов.

Невозможно сосчитать безымянные странички, где наркоманы со стажем делятся своим опытом. В то же время зарегистрированные в качестве СМИ сайты, занимающие последовательно антинаркотические позиции, особенно финансируемые правительственными организациями, сталкиваются с порой необъяснимыми сложностями в своей повседневной деятельности. Их с большой неохотой ставят на поисковые машины, на них практически невозможно найти ссылок в сети. В то же время Интернетом пользуется около 4х миллионов детей и подростков[[73]](#footnote-73)1, и он может играть важную роль в борьбе с распространением наркомании.

**1.7. Правила освещения журналистом проблемы наркомании**

В 2001 году был создан первый документ, формулирующий основные принципы, которыми должны руководствоваться журналисты при освещении проблемы наркомании - Декларация «Об ответственности журналистов российских электронных и печатных СМИ в освещении проблем профилактики злоупотребления наркотиками и противодействия их незаконному обращению[[74]](#footnote-74)2.

В документе подчеркивается необходимость соблюдения журналистами норм профессиональной этики при обращении к теме наркомании, чтобы не допустить прямой и косвенной пропаганды наркотиков, расценивающейся как деятельность, несовместимая с журналистикой.

Мы считаем необходимым перечислить и прокомментировать в данной работе некоторые из положений Декларации.

**- Четко формулировать перед своей аудиторией позицию отрицательного отношения к употреблению любых видов наркотиков и их незаконному обороту.**

Во многом четкая формулировка зависит от того, насколько четко автор материала определил свою позицию по отношению к наркотикам, как отрицательную. По неосторожным высказываниям, которые можно расценивать как поощряющие наркоманию (или отдельные виды наркотиков), всегда можно усмотреть авторскую позицию. «У молодых людей, которые курят несколько раз в неделю, в течение полугода падает уровень тестостерона (это гормон мужественности). Печально, но факт»[[75]](#footnote-75)1.

- **Последовательно проводить мысль о том, что употребление наркотиков свидетельствует не о свободе духа и независимости, а о духовной слабости наркомана.**

«Если наркотики дают свободу, то почему же людей, употребляющих наркотики, называют зависимыми?»[[76]](#footnote-76)2. Чаще всего о «свободе духа» наркоманов говорится в материалах, посвященных музыкальным звездам, особенно рок-звездам. Молодежный музыкальный журнал о рок-музыке «Ровесник» неоднократно становился объектом обвинения в пропаганде наркомании.

«…он благодарил отца (именно отец Киддиса способствовал его знакомству с наркотиками) за то, что тот открыл ему мир «расширенного сознания»: «Это все равно, что ты идешь пешком по улице, устал, и тут кто-то предлагает тебе велосипед»[[77]](#footnote-77)3.

**- Вести активную пропаганду здорового образа жизни и спорта среди молодежи как альтернативы наркотикам.** «Практика показала, что профессионально организованные формы досуга, творческой деятельности, комплексные программы и пропаганда здорового образа жизни остаются наиболее эффективным светским средством профилактики наркомании среди подростков и молодежи»[[78]](#footnote-78)1.

Таким образом, мы рассмотрели основные причины актуальности проблемы пропаганды наркомании в современных молодежных печатных и виртуальных изданиях (непрофессионализм журналистов, отсутствие единой концепции для СМИ при освещении проблемы наркомании, отсутствие практических разработок для журналистов);

определили, что целью средств массовой информации при освещении проблемы наркомании является формирование у аудитории отрицательного отношения к наркотикам;

рассмотрели теорию о влиянии западной идеологии на формирование образа потенциального наркомана;

выявили противоречия в современном законодательстве в отношении проблемы пропаганды наркомании;

прояснили ситуацию с пропагандой наркотиков в сети Интернет;

прокомментировали основные положения Декларации «Об ответственности журналистов российских электронных и печатных СМИ в освещении проблем профилактики злоупотребления наркотиками и противодействия их незаконному обращению.

**Глава II Практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков в печатных и виртуальных молодежных СМИ**

Тема наркотиков многие годы казалась безвыходной проблемой. Даже при условии, что каждый специалист тем или иным образом решает свои задачи, в целом в общественном сознании тема наркотиков звучит как тупиковая. Немалая заслуга в этом принадлежит СМИ.

Однако если обратиться к материалам всемирного отчета по наркотикам, опубликованного в 2000 году UNDCP (то есть комиссией ООН по контролю наркотиков), обнаруживается, что в мире практически везде констатируются позитивные или обнадеживающие тенденции[[79]](#footnote-79)1. Где-то достигается стабилизация, а где-то и снижение как предложения, так и спроса на наркотики. По данным того же отчета, исключение составляют лишь страны СНГ, которые служат транзитными путями для афганского опия и героина в Европу.

К сожалению, большинство публикаций в российских СМИ на темы, связанные с нелегальными наркотиками, не указывают на выход из непростой наркотической ситуации. Более того, темы, которые выбирают журналисты молодежных изданий, могут содержать в себе скрытую пропаганду наркомании. Выбранные способы организации текстового материала могут способствовать появлению положительного отношения к наркотикам. Различные манипуляции с помощью контекста убеждают читателя в безвредности наркотиков. Банальные заголовки способствуют потере интереса аудитории к проблеме.

В данной главе мы рассмотрим, как освещается в современных молодежных печатных и виртуальных СМИ проблема наркомании, и постараемся разработать практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков.

**2.1. Темы, от освещения которых следует отказаться**

В результате нашего исследования был выбран ряд тем, при освещении которых начинающие журналисты чаще всего допускают неосторожные высказывания по отношению к наркотикам. Чтобы не допустить скрытой пропаганды наркомании, мы советуем отказаться от перечисленных далее тем журналистам, не имеющим необходимых навыков для работы по проблеме.

#### Наркотики и рок-звезды

Каждый подросток мечтает стать успешным и счастливым. В качестве объекта подражания молодежные СМИ предлагают ему рок-звезд. Эти люди обаятельны, знамениты и богаты. Их сфера деятельности, шоу-бизнес, тесно связана с наркотиками.

Регулярные публикации о рок-звездах, которые употребляли (или употребляют) наркотики, в сознании подростков закрепили следующие представления.

**- Рок невозможен без наркотиков.**

Александр Васильев, лидер рок-группы Сплин, недоумевает, откуда появился стереотип, что все рок-звезды употребляют наркотики, несмотря на то, что сам лично пробовал[[80]](#footnote-80)1.

«Все музыканты либо колются, либо нюхают, либо курят. Это известно каждому»[[81]](#footnote-81)2.

«Наркотики – неотъемлемая часть рок-культуры»[[82]](#footnote-82)3.

Этот стереотип появился ввиду того, что журналисты освещая деятельность рок-звезд, обязательно рассказывают о присутствии наркотиков в их жизни. Ведь «порок привлекает население к герою, потому что растленный и порочный герой вызывает зависть и желание соответствовать. Рок-музыка как никакое другое искусство воспевает пороки и дурные привычки… Большой и трезвый рок-музыкант - нонсенс»[[83]](#footnote-83)1.

**- Наркотики необходимы для творчества.**

Журналисты часто указывают на взаимосвязь наркотиков с талантом музыкантов, которые творят благодаря действию наркотиков, а не вопреки ему. «На определенном этапе наркотики кажутся даже необходимыми для творчества»[[84]](#footnote-84)2.

**- Наркотики - атрибут славы и успеха.**

Показывая успех и богатство звезд, журналисты невольно убеждают подростка, что все достижения рок-звезд - заслуга наркотиков. В качестве примера можно привести статью о популярной рок-группе Red hot chilli peppers «RHCP: «Без кайфа, но в кайф»[[85]](#footnote-85)3. Наркотики употребляли все члены группы. «Альбом под кайфом - альбом в постнаркотической депрессии, и так по кругу». В настоящий же момент RHCP «находятся на такой высоте, что рассказ о них следует начинать с километрового списка достижений», группа «признана «одним из лучших коллективов всех времен и народов».

**- Наркотики - способ развлечься и расслабиться.**

Насыщенная событиями жизнь рок-звезд требует такого же насыщенного отдыха. Журналистские материалы об отдыхе звезд, непременно упоминают наркотики в компании с алкоголем. Складывается впечатление, что наркотики действительно обладают развлекающими и расслабляющими свойствами.

«Это все равно, что ты идешь пешком по улице, устал, и тут кто-то предлагает тебе велосипед»[[86]](#footnote-86)4.

«Во время тура наркотики и горячительные напитки у нас строго запрещены для всех участников. Человек может развлекаться как угодно, но если уж ты берешь на себя ответственность выступать перед людьми, нужно поддерживать достойную форму»[[87]](#footnote-87)1.

**- Безнаказанность звезд-наркоманов.**

Создается иллюзия, что звезды-наркоманы не подвергаются общественному осуждению или уголовным взысканиям ввиду собственного авторитета и возможности откупиться от правоохранительных органов.

Так, певец и наркоман Мэрлин Мэнсон, может «безнаказанно изрекать такие пагубные афоризмы, как «Я не люблю наркотики, но наркотики любят меня». И ему все сходит с рук: он же дьявол»[[88]](#footnote-88)2. В молодежных журналах практически не появляются статьи о судебных процессах против звезд за употребление и распространение наркотиков.

**- Легкость отвыкания от наркотической зависимости.**

Редко изображается, насколько тяжело происходит отвыкание звезд от наркотиков. Поэтому складывается впечатление что рок-звезде, чтобы бросить наркотики, нужно только захотеть.

«Одно время я действительно злоупотреблял, но бросил после того, как умер мой близкий знакомый»[[89]](#footnote-89)3.

«Он пробовал многие тяжелые наркотики - героин, кокаин и другие. О траве даже не говорю. И вот однажды он на какой-то очередной вечеринке разбежался и врезался в дверной косяк. Он даже упал - такой сильный был удар. С тех пор он ничего не употребляет»[[90]](#footnote-90)4.

С 2002 года в «Ровеснике» - молодежном журнале, посвященному рок-культуре - появилась только одна статья, в которой показывается вся сложность отвыкания рок-звезды от наркотиков – «Пять лет немоты (исповедь бывшего наркомана)»[[91]](#footnote-91)5. «Несколько лет ушло только на то чтобы привести свою жизнь в порядок и избавиться от пагубной привычки, я имею ввиду наркотики», - говорит в своем интервью Трент Резнор, лидер группы Nine Inch Nails, - «Сейчас я чувствую себя человеком, заряженным энергией, человеком, который наконец-то может контролировать собственную жизнь».

#### История наркомании

Общий смысл материалов, информирующих об истории употребления различных наркотиков, можно свести к следующему - для употребления наркотиков существует историческая необходимость. «Уже в дописьменный период мы имеем свидетельства того, что люди знали и использовали психоактивные химические вещества, потребление которых влияет на сознание»[[92]](#footnote-92)1.

То есть, журналистами бессознательно внедряется миф о том, что наркомания - глубоко традиционное явление для общества. Известно, что слово «традиция» вызывает в нашем сознании ассоциации с чем-то спокойным, правильным и нерушимым. Таким образом, в сознании происходит соединение образа традиции с информацией об употреблении наркотиков[[93]](#footnote-93)2.

#### Персональная история наркомана

Журналисты любят начинать материал о наркомании яркой и увлекательной персональной историей. Считается, что подобный способ делает материал более эффективным[[94]](#footnote-94)3 по следующим причинам:

- знакомясь с историей чьей-то жизни, читатель относится к теме с меньшей критикой, чем если бы те же идеи были выражены сухим языком, напрямую, «в лоб».

- художественные образы традиционно пробуждают у читателей и зрителей разнообразные ассоциации, которые могут существенно изменить отношение к проблеме, а вследствие этого, возможно, и поведение.

- присоединяясь к действующим лицам, читатель может представить себя в подобной ситуации и мысленно прорепетировать, что он стал бы делать, случись все это с ним.

Однако, разумеется, от мастерства и профессионализма журналиста зависит то, какие именно мысли возникнут у читателя, на какие именно действия он будет побужден.

Рассмотрим основные ошибки, которыми грешат персональные наркоманские истории в материалах молодежных изданий.

**- Отсутствие решения проблемы.**

Журналист описывает, как наркотики разрушили жизнь конкретного человека, однако не предлагает никаких вариантов решения проблемы. В сознании читателя формируется представление о невозможности борьбы с наркоманией.

**- Наркоман - только больной.**

Наркоман - прежде всего, преступник, который употребляет наркотики и в 80% случаев является их распространителем. Наркоман – аморальная личность, для которой не существует таких понятий как любовь, семья, дружба. Наркоман – больной.

Все вышеперечисленные определения в равной степени сочетаются в образе человека, употребляющего наркотики. Однако, журналисты в персональных историях представляют наркомана, в первую очередь, больным, тем самым, оправдывая совершаемые им преступления и асоциальные поступки зависимостью от наркотика. В сознании подростка подобное девиантное поведение закрепится как допустимое.

**- Наркоман – долгожитель.**

Известно, что в среднем наркоманы живут от трех до пяти лет с момента употребления наркотиков[[95]](#footnote-95)1. Если рассматривать персональные наркоманские истории на примере молодежного журнала «Молоток», четко прослеживается тенденция – в качестве интервьюируемого выступают наркоманы-долгожители, которые по 13 - 15 лет употребляют наркотики[[96]](#footnote-96)1. Если в журналах с определенной периодичностью появляются истории наркоманов-долгожителей, у читателей может сложиться мнение, что данные о продолжительности жизни наркоманов сильно преуменьшены.

В целом, можно также отметить тенденцию снижения интереса аудитории к персональным наркоманским историям ввиду переизбытка и однообразия подобных материалов.

#### Положительное влияние наркотиков на организм человека

Пытаясь соблюдать баланс между позитивом и негативом, журналисты в своих материалах часто склонны описывать положительное действие наркотиков на организм человека. Иногда журналисты посвящают многочисленные страницы освещению исключительно полезных свойств наркотиков, как, например, статья «Лекарство от жизни»[[97]](#footnote-97)2.

Так, опийный мак «утоляет боль и вызывает эйфорию», «в древности сок мака давали грудным детям, чтобы те не орали и быстро засыпали». Способность морфия тормозить работу кишечника используется для «остановки поноса». Кодеин – самый эффективный препарат для подавления кашля. Каннабис признан полезным при астме, невралгии, бронхитах, эпилепсии и запое. ЛСД – стимулятор для повышения интереса друг к другу молодых пар. Кокаин из-за сосудосуживающего эффекта лечил насморк.

Пишущим о наркотиках журналистам мы рекомендуем исключить из своих материалов информацию о положительном действии наркотиков по двум причинам. Во-первых, достоверность подобной информации можно подвергнуть сомнению, во-вторых, именно эта информация способна спровоцировать к употреблению наркотиков. Ведь если «граница между добром (лекарством) и злом (наркотиком) сильно размыта»[[98]](#footnote-98)3, подросток будет считать, что для того чтобы употребление наркотиков было безвредным или полезным, нужно знать меру.

#### Освещение прибыли от продаж наркотиков

Мы не рекомендуем освещать прибыль от продаж наркотиков по двум причинам. Во-первых, подобные сведения могут подтолкнуть подростков к торговле наркотиками.

«Торговля кокаином приносит мафии сверхприбыль: его цена в Колумбии и России отличается в 100 раз — если на родине порошка за грамм просят 1-1,5 доллара, то у нас — 150 баков. А если учесть страсть барыг к разбодяживанию дряни, то кокаиновый бизнес оказывается золотой жилой»[[99]](#footnote-99)1.

Во-вторых, подобный аспект чаще всего встречается в контексте противодействия незаконному обороту наркотиков. У читателя складывается впечатление, что, сколько бы правоохранительные органы ни старались, точек и притонов будет становиться все больше, и что бороться с проблемой наркомании бесполезно[[100]](#footnote-100)2.

#### Сцены употребления наркотиков

Не очень часто, но в молодежных СМИ встречаются описания состояния человека под действием того или иного наркотика. Обычно это связано с описанием жизни наркомана или его исповедью. «4 февраля. Все люди братья! Я люблю их всех! Я переполнена энергией, я могу танцевать всю ночь до утра. Все вокруг смотрят только на меня… Весь мир в моих руках…»[[101]](#footnote-101)3.

Хотя в целом такие материалы убеждают в опасности наркотиков, однако подобные яркие описания могут спровоцировать юных экспериментаторов на рискованные пробы.

#### Реклама частных клиник, описание сомнительных достижений в области медицины

Журналисты нередко знакомят читателей с частными клиниками, предлагающими быструю помощь наркозависимым, и публикуют информацию о некоторых медикаментах. Материалы о быстром и эффективном лечении наркомании способствуют убеждению общества в том, что можно легко освободиться от наркозависимости (это станет дополнительным доводом для молодежи к употреблению наркотиков).

На самом деле, ни одно лечебное заведение не может гарантировать результативность лечения, и ни один медикамент сам по себе не способен избавить человека от наркотической зависимости (если успех достигается исключительно с помощью какого-либо вещества, то, вероятнее всего, это будет означать замену одной зависимости на другую)[[102]](#footnote-102)1.

Чтобы справиться с любой зависимостью, необходим серьезный комплекс поведенческих, психологических, социальных и иных мер. В интересах уменьшения наркотических проблем журналистам необходимо давать населению больше информации о других, немедикаментозных способах лечения, например, программе 12 шагов, доказавшей свою эффективность во многих странах мира, как в отношении алкогольных, наркотических, так и многих других поведенческих проблем, а также состояния созависимости[[103]](#footnote-103)2.

#### Легализация

Выступая за легализацию марихуаны, журналисты приводят доводы (научно не обоснованные), которые можно расценивать как рекламу наркотиков, например, «марихуана не вызывает физической зависимости, а психическая зависимость гораздо слабее чем от никотина и алкоголя»[[104]](#footnote-104)3.

Высказывания из серии «если она будет легализована, милиция оставит в покое курильщиков и сможет заняться более серьезными делами» или «если марихуана станет легальной, интерес к ней через некоторое время утихнет» также являются голословными.

Использование в материалах информации о положительном опыте Голландии - страны, которая, легализовав марихуану, якобы снизила количество употребляющих и уровень преступности - недопустимо.

Во-первых, эффективность легализации в борьбе с наркоманией необоснованна. Голландия на протяжении нескольких лет отказывается предоставлять отчеты о преступности и заболеваемости, связанных с наркотиками, по стандартам «группы Помпиду» - международной организации, отслеживающей эпидемическую ситуацию с наркоманиями. Страны по ЕЭС возмущены тем фактом, что в приграничных с Голландией областях намного больше преступлений, чем в других[[105]](#footnote-105)1. К тому же, репрессивная политика Пакистана и Сингапура, где за употребление сажают, а за торговлю - казнят, действительно снизила уровень потребления наркотиков[[106]](#footnote-106)2.

Во-вторых, по оценкам экспертов, легализация наркотиков в России приведет к тому, что снизится средний возраст потребителей марихуаны и значительно увеличится количество потребляющих.

#### Рецептура

Некоторые журналисты допускают в своих материалах описание изготовления различных видов наркотиков. Например, материал «От винта»[[107]](#footnote-107)3, перечисляет средства для изготовления «дешевого героина» - винта (сокращение от «первитин»): солутан (или другое эфедринсодержащее средство), едкий натр, соляная кислота, кристаллический йод, красный фосфор, бензин. Исчерпывающий список. Подростку остается только подобрать пропорции. Материал явно содержит пропаганду наркомании.

Всеми названными выше темами не исчерпывается список допускающих скрытую пропаганду наркомании тем. Так, в своем стремлении осветить новые аспекты проблемы наркомании, журналисты пишут о способах перевозки наркотиков[[108]](#footnote-108)4, о преимуществах употребляющих наркотики студентов перед школьниками[[109]](#footnote-109)1, о способах добычи денег для покупки наркотиков[[110]](#footnote-110)2 и др.

Мы советуем начинающим журналистам чаще задумываться над тем, чем может обернуться широкая огласка в молодежной прессе тем, содержащих скрытую пропаганду наркотиков и осторожнее относиться к выбору темы.

**2.2. Выбор источника информации**

Часто журналисты ошибаются в выборе интервьюируемого, от этого получаются не полезные, а вредные статьи. На примере молодежной прессы, рассмотрим, от каких источников следует вовсе отказаться, а к каким нужно относиться с предельной осторожностью.

#### Наркоман

Наркоман, как источник информации, для молодежи представляется наиболее авторитетным – лично пробовал, лично знает. Именно по этой причине молодежная пресса изобилует «письмами в редакцию» и персональными историями наркоманов.

Подобная информация представляется подросткам достоверной вне зависимости от того, действительно ли материал основан на истории конкретного наркомана, или является фантазией журналиста.

За истину принимаются высказывания от лица главного героя. Основная ошибка журналистов – стараясь максимально достоверно воспроизвести образ наркомана, от его лица произносят слова, которые можно расценивать как призывающие к употреблению наркотиков.

«Без стимуляторов долго на ногах не продержишься, … без таблеток не просечешь, в чем кайф от такой музыки»[[111]](#footnote-111)3; «Я не променяла бы пять лет кайфа на здоровье и возможность родить ребенка»[[112]](#footnote-112)4; «Наркотики – это как анестезия, ведь ты на какое то время перестаешь испытывать эмоции, следовательно, тебе не больно»[[113]](#footnote-113)1; «Физических ломок от «винта» практически нет»[[114]](#footnote-114)2.

#### Продавец товара

Сам факт появления материалов от лица торговца наркотиками, рассказывающего о специфике собственной деятельности и оправдывающим свое поведение, можно расценивать как высшую степень безответственности журналистов и стремление подтолкнуть подростков к продаже наркотиков.

Так, в материале «Я – твой продавец»[[115]](#footnote-115)3, дилер:

- изображается более совестливым торговцем – «есть дилеры, а есть барыги – это которые совсем без совести»;

- представляется другом – «к нему можно прийти в гости, легко занять, если надо, он сам привезет, практически друг»;

- рисуется спасителем – «если не он, то кто будет этим заниматься? Кто будет рисковать перед ментами? Бояться бандитов? По 100 грамм с собой возить? Ночью подрываться? Стрематься, что телефон прослушивают? И при этом все еще говорят что он чмо»;

- дает рекомендации по «разбодяживанию» товара – «магнезией, побелкой, колесами, сахаром»;

- описывает технологию продажи наркотиков – «для наркомана этот расклад так заманчив, что сам побежишь торговать»;

#### Специалисты

Хорошим источником информации могут быть наркологи, психологи, специалисты некоммерческих организаций, так как компетентны в проблеме наркомании. Но и они могут допускать высказывания, от публикации которых в собственных материалах лучше отказаться.

Так, Олег Зыков в 2005 году давал следующее интервью в качестве детского нарколога (как выяснилось позднее, Олег Зыков еще в 2003 году был отстранен от почетной должности за «деятельность, не совместимую с занимаемой должностью», он использовал свое имя нарколога для пропаганды идей свободного хождения наркотиков[[116]](#footnote-116)1): «Не будет марихуаны – будет еще какое-то вещество, экстази, эфедрон, эфедрин. Вся история человечества на этом построена…То есть исторически каждое общество выбирает свое химическое вещество. Химическое вещество вторично. Первичнно – желание человека свои эмоциональные и нравственные проблемы решить с помощью химического вещества»[[117]](#footnote-117)2; «Самые серьезные потери личностные, человеческие – от употребления табака. Самые маленькие во всем мире – от употребления классических наркотиков»[[118]](#footnote-118)3.

Лев Левинсон, эксперт института прав человека: «Я не говорю, что нужно свистнуть и все легализовать… Но в принципе, мир движется в этом направлении. Тысячелетиями человечество жило с наркотиками теми или иными, а с растительными жило всегда… Надо научиться жить с наркотиками»[[119]](#footnote-119)4.

Причиной подобных высказываний, оправдывающих употребление наркотиков, специалисты считают получение прибыли наркологами от наркомафии.

**2.3. Безграмотное построение материала**

Под грамотностью мы понимаем правильное построение текста: использование непротиворечивой информации, использование фраз, не вызывающих двусмысленности, необходимость умения правильно логически выстроить текст. В противном случае, даже используя достоверную информацию о вреде наркотиков, можно вызвать у читателя желание их попробовать.

Наиболее ярким примером неправильного построения текста, на наш взгляд, является материал сайта Narcozona «Амфетамины и секс»[[120]](#footnote-120)1. Текст построен следующим образом. Журналист ставит вопрос:

«Правда ли, что амфетамины способствуют усилению полового влечения?».

И начинает отвечать на него: «В очень малых дозах амфетамины применяются в США для лечения сексуальных расстройств. Несомненным действием метамфетамина является резкое усиление полового влечения и сексуальной потенции. При применении повышенных доз метамфетамина снимаются все сдерживающие «социальные тормоза», поведение обоего пола отличает обнаженная сексуальность». Далее следует разъяснение, что в очень больших дозах амфетамины способствуют «сильному истощению нервной системы», развитию импотенции у мужчин, фригидности у женщин.

Информация, безусловно, достоверна. Но вряд ли после красочного описания положительного стимулирующего действия амфетаминов, факты об их негативном воздействии будут восприняты должным образом.

Следующий пример неудачного материала сайта Narcozona «FAQ по наркотикам»[[121]](#footnote-121)2 можно назвать пропагандирующим наркотики, приведя лишь отдельные цитаты.

«Говорят: «Наркотики придают жизни разнообразие и скрашивают ее». Сначала, вроде, скрашивают. Вроде, что-то новое, интересное».

«Некоторые проблемы наркотики действительно решают: например, они на какое-то (очень небольшое) время ликвидируют чувство тревоги и неуверенности в своих силах, вытесняя из сознания мысли о трудных, но необходимых поступках или вопросы, ответы на которые не являются простыми».

«Легализация галлюциногенов не повлияет на уровень преступности, т.к. они не вызывают выраженной физической зависимости, и ради их покупки преступления обычно не совершаются».

Скорее всего, журналист не ставил своей целью пропагандировать наркоманию на сайте, посвященном борьбе с наркоманией. Он очень несерьезно подошел к изложению информации.

**2.4. Ошибки при подборе слов**

Проблема наркомании, одна из немногих, где без преувеличения можно сказать, что каждое слово способно повлиять на мнение человека относительно наркотиков. Мы рассмотрим наиболее распространенные ошибки неосторожного обращения со словом при освещении проблемы наркомании.

**Разделение наркотиков на «легкие» и «тяжелые».**

«Легким» наркотиком негласно считается марихуана, «тяжелыми» - все остальные наркотики. С точки зрения российского и международного законодательств, наркотики не разделяются на «легкие» и «тяжелые». Ответственность за незаконные операции с наркотиками одинакова по отношению к марихуане и героину. В средствах же массовой информации такая необоснованная терминология получила широкое распространение.

«Легкие» наркотики представляются подросткам безвредными в сравнении с «тяжелыми», описания по отношению к марихуане используются безобидные, например, «болезнь богемы»[[122]](#footnote-122)1, «косячок»[[123]](#footnote-123)2, «безвредная трава»[[124]](#footnote-124)3.

Несерьезность «легкой» марихуаны часто акцентируется при помощи слова «баловаться», так в прессе уже штампами стали высказывания, что героином убиваются, а травкой «балуются»[[125]](#footnote-125)4.

Журналистам необходимо отказаться от использования в своих материалах разделения на «легкие» и «тяжелые» наркотики, показывая, что все наркотики вредны[[126]](#footnote-126)1.

#### Манипуляция с помощью контекста

#### Слова, означающие наркотические вещества, помещаются журналистами в привычный всем контекст «еды» - «Стимуляторы на втором месте после марихуаны - их едят около 43 млн. человек»[[127]](#footnote-127)2, «они закроются на кухне и будут варить кашу»[[128]](#footnote-128)3, «самочувствие после каждой новой вечеринки «с начинкой» было все хуже и хуже»[[129]](#footnote-129)4, «наличие в них ядовитых химикатов предусмотрено «рецептурой» конечного продукта[[130]](#footnote-130)5.

Наркотик встает в один семантический ряд с едой, меню, качеством, тем самым, слово «наркотик» вырывается из привычного ассоциативного ряда и переносится в группу слов обыденной семантики[[131]](#footnote-131)6.

#### Манипуляция с помощью повтора

Повтор известен как мощнейшее средство внедрения образа в подсознания. Чтобы заменить в сознании человека одну ассоциацию на другую, необходимо изменить частотность их употребления в СМИ[[132]](#footnote-132)7.

Названия наркотиков постоянно, навязчиво соединяются со словами, вызывающими положительную реакцию. Вот эти контексты: «кайф», «расслабиться», «полетать», «мультики посмотреть», «все такое яркое, зеленое, красивое», «несколько секунд блаженства», «просто потрясающе»[[133]](#footnote-133)8.

Мы призываем журналистов отказаться от регулярного употребления наркотиков в положительном контексте.

**2.5. Использование статистических данных**

Статистические данные придают материалу «ауру объективности». Журналисты часто используют статистику только для украшения материала цифрами. Не понимая сути проблемы, журналисты иногда искажают статистические данные. Например, уже в нескольких газетах довелось читать, что «80% наркоманов являются ВИЧ-позитивными», хотя на самом деле 80% ВИЧ-позитивных являются наркоманами. Переставив местами показатели, журналист завышает число ВИЧ-инфицированных в десятки раз[[134]](#footnote-134)1. Статистические данные сами по себе не являются материалом для СМИ и, так же как и любой иной вид информации, они должны быть превращены в ясные, точные и неотразимые аргументы в поддержку отрицательной позиции по отношению к наркотикам. В качестве основных ошибок при работе со статистическими данными можно назвать следующие:

* попытка использовать в одном материале большое количество статистических данных (они просто не запомнятся);
* использование в одном материале противоречивых данных;
* использование недостоверных источников.

**2.6. Значение выбора заголовка**

Чем более интригующим и небанальным будет заголовок, тем больше вероятность, что материал о вреде наркотиков будет прочитан. В особенности это касается виртуальных тематических изданий, в которых статьи собраны в архивы. Проанализировав рейтинг статей на сайте «Без наркотиков»[[135]](#footnote-135)2 можно выявить наиболее удачные (с одной стороны, интригующие, с другой - коротко отражающие суть материала) и неудачные примеры подбора заголовка к материалу. В скобках указано количество просмотров статей.

"Наркотики и дети" В. Иванов (4498)

"Наркотики и подростки" А. Надеждин (4471)

"Химический секс" В. Хлыстун (3587)

"Наркомама" В. Хлыстун (2752)

Разительный контраст по количеству просмотров статей представляется следующими заголовками:

"Наркотическое отрезвление" (610)

"Изъятие героина в Красноярске" (142)

"Изъято 5 килограммов героина" (175)

Мы не призываем журналистов виртуальных изданий делать броские заголовки, не соответствующие содержанию материалов. Тем не менее, чтобы материал был более читаемым, необходимо подходить к подбору заголовка достаточно ответственно.

Подведем итоги. В данной главе мы постарались разработать практические рекомендации для журналистов, пишущих на тему наркомании, по созданию установки на неприятие наркотиков. Рассмотрев материалы печатных и виртуальных молодежных изданий сделана попытка:

* обозначить темы, в освещении которых чаще всего журналисты допускают неосторожные высказывания по отношению к наркотикам;
* рассмотреть наиболее распространенные ошибки при выборе источника информации и при обращении журналистов со словом;
* привести примеры безграмотного построения журналистского материала;
* разработать рекомендации по работе со статистическими данными;
* определить значение выбора заголовка для материала по проблеме наркомании.

Заключение

В данной работе нами было рассмотрено современное состояние проблемы пропаганды наркомании в материалах молодежных печатных и виртуальных изданий в период с 2001 по 2006 год.

Мы пришли к выводам, что причиной пропаганды наркомании в большинстве случаев можно считать непрофессионализм журналистов, которые не понимают сущность проблемы наркомании, не владеют специальными медицинскими познаниями в данной области. К другим причинам можно отнести влияние западной идеологии, отсутствие единой концепции для СМИ и отсутствие практических разработок для журналистов, на которые следует опираться при работе над материалами по проблеме наркомании.

Неэффективность антинаркотической деятельности в сети Интернет мы видим в том, что вместе с молодежными изданиями (в целом, антинаркотической направленности) действуют сотни сайтов явно или скрыто призывающих к употреблению наркотиков.

Причиной безнаказанности журналистов, пропагандирующих наркоманию, мы определили наличие противоречий в законодательстве, в том числе, отсутствие в Уголовном кодексе статьи за пропаганду наркомании, отсутствие специального ведомства по контролю за рекламой наркотических средств и пропагандой наркомании.

В работе были прокомментированы некоторые положения Декларации «Об ответственности журналистов российских электронных и печатных СМИ в освещении проблем профилактики злоупотребления наркотиками и противодействия их незаконному обращению», определяющей некоторые профессионально-этические аспекты работы журналиста по проблеме наркомании. Положения Декларации призывают журналистов не допускать в собственных материалах прямой и косвенной пропаганды наркомании.

В результате изучения материалов печатных и виртуальных молодежных изданий по проблеме наркомании, нами была предпринята попытка разработать практические рекомендации по созданию установки на неприятие наркотиков.

В частности, были обозначены темы, от освещения которых начинающим журналистам следует отказаться, чтобы избежать возможности пропаганды наркомании:

* наркотики и рок звезды;
* история наркомании;
* персональная история наркомана;
* положительное влияние наркотиков на организм человека;
* освещение прибыли от продаж наркотиков;
* описание сцен употребления наркотиков;
* реклама частных клиник и описание сомнительных достижений в области медицины;
* легализация наркотиков;
* описание изготовления различных видов наркотиков.

Рассмотрены примеры неудачного выбора журналистом источника информации, из-за которого материал из антинаркотического превращается в материал, пропагандирующий наркоманию. Начинающим журналистам предложено отказаться от следующих источников: наркоман, продавец товара, сомнительные специалисты.

В работе подчеркнута важная роль понимания журналистом значения используемых для освещения проблемы наркомании слов. Приведены примеры наиболее распространенных ошибок при обращении журналистов со словом, в частности, разделение наркотиков на «легкие» и «тяжелые», манипуляции с помощью использования обыденной семантики и манипуляции с помощью повтора.

Приведены примеры безграмотного построения журналистских материалов, которые, несмотря на содержащуюся в них достоверную информацию, вызывают у читателя желание попробовать наркотики.

Разработаны рекомендации по работе со статистическими данными по проблеме наркомании. Перечислены частые ошибки журналистов по работе со статистическими данными, в том числе, использование в одном материале большого количества статистических данных, использование противоречивых или недостоверных данных.

Определено значение выбора заголовка для материала по проблеме наркомании, как средства сделать журналистский материал более эффективным. Приведены примеры удачных и неудачных заголовков материалов по проблеме наркомании.

Самая же большая ошибка начинающих журналистов при работе над проблемой наркомании – равнодушие: нежелание осознавать серьезность проблемы и безразличие к сотням сверстников, ежедневно умирающих от употребления различных наркотиков.

К счастью, очень немногие допускают эту ошибку – по оценкам специалистов, большая часть журналистов, освещающих проблему, по тем или иным причинам, сталкивалась с наркоманией[[136]](#footnote-136)1 (употребляли сами, употребляли друзья или родственники) и знают о ее пагубном воздействии не понаслышке. Большинством журналистов, работающих по проблеме, движет стремление предостеречь ровесников от употребления наркотиков.

Мы надеемся, что со временем в молодежной среде будет сформирована мода на неприятие любых видов наркотиков. И именно молодые журналисты смогут способствовать этому, демонстрируя своей аудитории принципиальность собственной позиции по отношению к проблеме наркомании и нетерпимость к любым видам наркотиков.

**Литература**

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М.: Издательство МГУ, 2003.

2. Авраменко Б. Наркомания: глобальный ответ на глобальный вызов// Международная жизнь. - 1992. - №11-12.

3. Акопов А.И. Типологическая характеристика сетевых периодических изданий Интернета// Акценты. - 1999. - № 1-2.

4. Андреева Т. Интернет и профилактика наркотических проблем. - Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1999.

5. Артюхов С.М. Бездна. Пьянство, наркомания, СПИД. – М.: Молодая гвардия, 1988.

6. Бабаян Э.А., Гонопольский М.Х. Наркология: учеб. пособие.- 2-е изд.- М.: Медицина, 1990.

7. Бажанов Е. Какого цвета мак: Размышления о наркомании и наркобизнесе// Россия молодая. - 1990. - №4.

8. Баймухаметов С.Т. Сны золотые: Исповеди наркоманов. - М.: Знание, 1998.

9. Баушева И.Л. Двенадцать шагов//Семейная психология и семейная психотерапия. – 1998.- №2.

10. Белогуров С.Б. О конопле для любознательных/ http://www.narkotiki.ru/expert\_2754.html.

11. Белогуров С.Б. Популярно о наркотиках и наркоманиях. - СПб.: Невский Диалект, 1998.

12. Березин С.В., Лисецкий К.С. Наркомания глазами семейного психолога. – М.: Речь, 2005.

13. Березин С.В., Лисецкий К.С., Мотынга И.А. Психология ранней наркомании. - Самара, 1997.

14. Берестов А. Возвращение в жизнь. Духовные основы наркомании. Наркомания и право. – М.: Душепопечительский Православный Центр святого праведного Иоана Кронштадского, 2004.

15. Богданович Л.А. Белый ужас. – М.: Московский рабочий, 1988. – С.141.

16. Веселовская Н.В., Коваленко А.Е., Папазов И.П., Галузин К.А., Москаль И.В., Шибанова Н.И. Наркотики. Свойства, действие, фармакокинетика, метаболизм. – М.: Нарконет, 2002.

17. Ворошилов В.В. Право и этика в журналистике. Курс лекций. – М.: Михайлов В.А., 2004.

18. Габиани А.А. На краю пропасти: наркомания и наркоманы. - М.: Мысль, 1990.

19. Горный Е.Г. Интернет и киберкультура в России/ http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr\_contents.html

20. Гурски С. Внимание – наркомания. - М.: Медицина, 1988.

21. Данилин А.Г., Данилина И.В. Героин. – М.: Центрполиграф, 2000.

22. Данилин А.Г., Данилина И.В. Как спасти детей от наркотиков. - М.: Центрополиграф, 2000.

23. Драгунский Д. После культуры: Культурная легализация наркомании способствует ее дальнейшему распространению//Итоги. - 1997. - №14.

24. Дунаевский В.В., Стяжкин В.Д. Наркомании и токсикомании. – Л.: Медицина, 1990.

25. Егоров А.Ю. Возрастная наркология. - М.: Дидактика Плюс, 2002.

26. Ермаков Ю.М., Исаков С.А., Симоненко А.В., Новиков В.П. Незаконный оборот наркотиков. Вопросы теории и практика противодействия. – М.: Юнити-Дана, 2005.

27. Еникеева Д. Д. Как предупредить алкоголизм и наркоманию у подростков: учеб. пособ. для студентов средних и высших педагогических учебных заведений. - 2-е изд., стереотипное. - М.: Издательский центр "Академия", 2001.

28. Иванова Е.Б. Как помочь наркоману. - СПб.: Комплект, 1997.

29. Козлов В.В. Руководство по спасению наркомана или краткий курс выживания. – М.: Издательство Института Психотерапии, 2002.

30. Коробкина З.В. У опасной черты: (о борьбе с алкоголизмом. наркоманией, курением). - М.: Мысль, 1991.

31. Кумыков А.Х. Опасен со всех сторон: проблема алкоголизма и наркомании. - Нальчик: Эльбрус, 1991.

32. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособ. по журналистике. – М.: Аспект пресс, 2000.

33. Макаров В.В. Наркология: учебное пособие / под ред. Иванова В.Н. — М.: Медицина, 1999.

34. Максимова Н.Ю. Психологическая профилактика алкоголизма и наркомании несовершеннолетних: учебное пособие. - Ростов н/Д.: Феникс, 2000.

35. Нейк Анита Наркотики. – М.: В. Секачев, 2001.

36. Носик А.Б. СМИ русского Интернета: теория и практика// Интернет для журналиста. - 2001.

37. О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон Российской Федерации от 8 января 1998 г. № 3-Ф3// Собрание законодательства Российской Федерации. - 1998. - №2. - Ст. 219.

38. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие для студентов вузов по спец. "Журналистика"/ Ред.-сост. Корконосенко С.Г. - СПб.: Знание, 2000.

39. По жизни: пособие по социальной журналистике/ Сост. М. Гессен, М. Назари. - М., 2002.

40. Потапова Р.К., Потапов В.В. Семантическое поле «наркотики». Дискурс как объект прикладной лингвистики. – М.: УРСС, 2004.

41. Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы. - М.: Галерия, 2002.

42. Роганов С. Синтетические наркотики. Вопросы расследования преступлений. – СПб.: Питер, 2002.

43. Рожков М. И., Ковальчук М. А. Профилактика наркомании у подростков: Учебное методическое пособие. - М.: Гуманитарное издание центра ВЛАДОС, 2003.

44. Романова Л.И. Наркомания и наркотизм. – М.: Юридический центр Пресс, 2003.

45. Сирота Н. А., Ялтонский В. М. Профилактика наркомании и алкоголизма. - М.: Издательский центр "Академия", 2003.

46. Тарасова Н.В. Наркомания. Опыт борьбы в США. – М.: Юркнига, 2004.

47. Тимкина М.Е., Черников Г.Н. Алкоголизм и наркомания. Новый взгляд на решение проблемы. – М.: Кислород, 2005.

48. Устинова Т.Д. Новый Уголовный кодекс о незаконных действиях с наркотическими средствами // Уголовное право. - 1997. - № 3.

49. Фалковски Кэрол Опасные наркотики. – М.: Институт Общегуманитарных Исследований, 2002.

50. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: учеб. пособ. - М.: Пульс, 2003.

51. Шпаков А.О. Иллюзия рая: Наркотики. Психоделики. Яды. Аллергены: Справочник. - СПб.: Зенит, 1999.

**Периодические издания**

1. Без наркотиков//http://www.nodrugs.ru

2. Глагол. Православный педагогический журнал//http://www.glagol-online.ru

3. ECAD. Европейские города против наркотиков (Россия)// http://www.ecad.ru

4. Журналист//http://www.journalist-virt.ru

5. Кул (Cool). Молодежный журнал. 2001-2006.

6. Кул Гел (Cool Girl). Молодежный журнал. 2001-2006.

7. Молоток. Молодежный журнал//http://www.zabey.ru. 2001-2006.

8. НарКом. Русский народный сервер против наркотиков//

http://www.narcom.ru

9. Наркозона//http://www.narcozona.ru

10. Неон. Музыкальный журнал. 2001-2006.

11. Нет наркотикам. Информационно-публицистический ресурс// http://www.narkotiki.ru

12. Пока не поздно. Газета о наркомании. 2001-2006.

13. Ровесник. Молодежный журнал о рок-музыке. 2001-2006.

14. Стоп Наркотикс//http://www.stopnarcotics.ru

15. Физическая культура//http://lib.sportedu.ru

16. Штучка. Молодежный журнал. 2001-2006.

1. 1 Массовая и экспертная оценка эффективности СМИ, средств культуры и искусства в патриотическом воспитании молодежи/Официальный сервер правительства Москвы/http://www.mos.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. 2 Рейтинг антинаркотических ресурсов Рунета Narcotop/http://top.nodrugs.ru/ [↑](#footnote-ref-2)
3. 1 В 2005 году от передозировки наркотиками умерло 100 тыс. россиян/Newsru.com/ http://www.newsru.com/russia/16feb2006/narco.html [↑](#footnote-ref-3)
4. 2 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/Украинский информационный центр по проблемам алкоголя и наркотиков/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page01.htm [↑](#footnote-ref-4)
5. 3 Маркова Н.Е. Культуринтервенция//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/research\_5375.html [↑](#footnote-ref-5)
6. 4 Некоторые факты статистики: рост наркомании в России и в мире/Профессиональная медицина/ http://www.pmed.ru/article1.php [↑](#footnote-ref-6)
7. 5 Маркова Н.Е. Культуринтервенция//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/research\_5375.html [↑](#footnote-ref-7)
8. 6 Там же. [↑](#footnote-ref-8)
9. 7 Некоторые факты статистики: рост наркомании в России и в мире/Профессиональная медицина/ http://www.pmed.ru/article1.php [↑](#footnote-ref-9)
10. 1 Лекарство от жизни//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-10 [↑](#footnote-ref-10)
11. 2 Децл тоже против//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-47 [↑](#footnote-ref-11)
12. 3 No future//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-44 [↑](#footnote-ref-12)
13. 4 Лекарство от жизни//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-10 [↑](#footnote-ref-13)
14. 5 Там же. [↑](#footnote-ref-14)
15. 6 FAQ по наркотикам//Narcozona.ru/http://www.narcozona.ru/pnDOC.html [↑](#footnote-ref-15)
16. 7 Наркотики и общество: история//Narcozona.ru/http://www.narcozona.ru/noDOC.html [↑](#footnote-ref-16)
17. 8 Имя – наркоман//Молоток/ http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-23 [↑](#footnote-ref-17)
18. 9 Спорт против наркотиков//Физическая культура/http://lib.sportedu.ru/press/fkvot/1999N3-4/p61-63.htm [↑](#footnote-ref-18)
19. 1 Доклад бывшего Министра образования РФ Владимира Филиппова/Всероссийский форум «СМИ – новое поколение»/http://www.newpress.ru/filippov.htm [↑](#footnote-ref-19)
20. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-20)
21. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-21)
22. 4 Там же. [↑](#footnote-ref-22)
23. 1 Козыбаев С. Какой быть молодежной прессе//Адисоз/http://www.adilsoz.kz/old/l&l/2002/010/09/01page.htm [↑](#footnote-ref-23)
24. 2 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page01.htm [↑](#footnote-ref-24)
25. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-25)
26. 1 Головченко Д.А. Роль прессы в профилактике наркомании/Харьковский институт социальных исследований/http://www.daria.dem.ru/pressa.htm [↑](#footnote-ref-26)
27. 2 В столице Грузии прошел семинар для журналистов, посвященный борьбе с наркоманией// Кавказ.Мемо.ру/ http://www.kavkaz.memo.ru/newstext/news/id/805804.html [↑](#footnote-ref-27)
28. 3 Решение клуба журналистов//Европейские города против наркотиков (Россия)/

    http://www.ecad.ru/2003-05.html [↑](#footnote-ref-28)
29. 4 Там же. [↑](#footnote-ref-29)
30. 5 Там же. [↑](#footnote-ref-30)
31. 1 Смирнова Н., Паника или знание? Конструирование проблемы роста потребления наркотиков среди подростков и молодежи в местной прессе/Научно-исследовательский центр «Регион»/ http://www.region.ulsu.ru/books/hero\_in\_our\_time/sketch10/ [↑](#footnote-ref-31)
32. 2 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page03.htm [↑](#footnote-ref-32)
33. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-33)
34. 4 Архив материалов 2005/Премия имени Никиты Кириченко в области аналитической журналистики/ http://www.kirichenko-premiya.ru/works.php?p=4&b=2 [↑](#footnote-ref-34)
35. 5 В столице Грузии прошел семинар для журналистов, посвященный борьбе с наркоманией// Кавказ.Мемо.ру/ http://www.kavkaz.memo.ru/newstext/news/id/805804.html [↑](#footnote-ref-35)
36. 6 Там же. [↑](#footnote-ref-36)
37. 7 Там же. [↑](#footnote-ref-37)
38. 8 Там же. [↑](#footnote-ref-38)
39. 9 С наркоманией нужно бороться/Самарская губерния против наркотиков и СПИДа/ http://www.noaids.samara.ru/action.htm [↑](#footnote-ref-39)
40. 1 Решение клуба журналистов//Европейские города против наркотиков (Россия)/

    http://www.ecad.ru/2003-05.html [↑](#footnote-ref-40)
41. 2 С наркоманией нужно бороться/Самарская губерния против наркотиков и СПИДа/ http://www.noaids.samara.ru/action.htm [↑](#footnote-ref-41)
42. 3 Щеглова И. Пишем о наркомании. Подразумеваем?//Интернет-газета Vsluh.ru/ http://www.vsluh.ru/news/society/4044.html [↑](#footnote-ref-42)
43. 1 Кулемина О. Саратовская молодежь говорит наркотикам «нет»/Ассоциация региональных социальных центров «группа 7/89»/ http://www.789.ru/portal/modules.php?name=News&file=article&sid=2442 [↑](#footnote-ref-43)
44. 2 Кирки, метлы и лопаты молодежной политики Санкт-Петербурга/Общественный комитет международных молодежных инициатив Санкт-Петербурга «Молодежное посольство»/ http://www.mpos.narod.ru/archiv/smi/smi2.htm [↑](#footnote-ref-44)
45. 3 Щеглова И. Пишем о наркомании. Подразумеваем?//Интернет-газета Vsluh.ru/ http://www.vsluh.ru/news/society/4044.html [↑](#footnote-ref-45)
46. 4 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page01.htm [↑](#footnote-ref-46)
47. 5 Парамонов В.А. Борьба с наркоманией: последует ли за словами делo/Наркотики/ http://www.narcotics.ru/text/paramonov.html [↑](#footnote-ref-47)
48. 1 Как из нас делают наркоманов без помощи наркотиков//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/press\_5566.html [↑](#footnote-ref-48)
49. 2 Щеглова И. Пишем о наркомании. Подразумеваем?//Интернет-газета Vsluh.ru/ http://www.vsluh.ru/news/society/4044.html [↑](#footnote-ref-49)
50. 3 В пропаганде наркомании виновата пресса/Телекомпания Grand-tv/http://www.grandtv.ru/?id=12201 [↑](#footnote-ref-50)
51. 4 Декларация об ответственности журналистов//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/ecolumn\_4541.html [↑](#footnote-ref-51)
52. 5 Там же. [↑](#footnote-ref-52)
53. 6 Щеглова И. Пишем о наркомании. Подразумеваем?//Интернет-газета Vsluh.ru/ http://www.vsluh.ru/news/society/4044.html [↑](#footnote-ref-53)
54. 1 Мифотворчество как рекламный прием//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/ecolumn\_5290.html [↑](#footnote-ref-54)
55. 2 Маркова Н.Е. Культуринтервенция//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/research\_5375.html [↑](#footnote-ref-55)
56. 1 Маркова Н.Е. Культуринтервенция//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/research\_5375.html [↑](#footnote-ref-56)
57. 1 Как из нас делают наркоманов без помощи наркотиков//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/press\_5566.html [↑](#footnote-ref-57)
58. 2 Там же [↑](#footnote-ref-58)
59. 1 Горбаневский М. О понятии «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров//Журналист/http://www.journalist-virt.ru/2005/3/82.php [↑](#footnote-ref-59)
60. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-60)
61. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-61)
62. 1 Горбаневский М. О понятии «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров//Журналист/http://www.journalist-virt.ru/2005/3/82.php [↑](#footnote-ref-62)
63. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-63)
64. 1 Как из нас делают наркоманов без помощи наркотиков//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/press\_5566.html [↑](#footnote-ref-64)
65. 2 Горбаневский М. О понятии «пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров//Журналист/http://www.journalist-virt.ru/2005/3/82.php [↑](#footnote-ref-65)
66. 1 Как из нас делают наркоманов без помощи наркотиков//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/press\_5566.html [↑](#footnote-ref-66)
67. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-67)
68. 1 MDMA – экстази. [↑](#footnote-ref-68)
69. 2 Путешествие под кетамином//http://www.high.ru/drugs/substances/ketamine/trip\_1.html [↑](#footnote-ref-69)
70. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-70)
71. 4 Там же. [↑](#footnote-ref-71)
72. 5 Джулин Брайан. Про травку - много и подробно/http://www.palatax.boom.ru/drugs/propetis/Mj.htm [↑](#footnote-ref-72)
73. 1 Результаты общероссийского мониторинга 2002 Министерства образования Российской Федерации/Дистанционное образование/http://www.otrok.ru/teach/distobr/monit.htm [↑](#footnote-ref-73)
74. 2 Декларация об ответственности журналистов//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/ecolumn\_4541.html [↑](#footnote-ref-74)
75. 1 Секс, драгс – ну и че?//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-32 [↑](#footnote-ref-75)
76. 2 Форум русского народного сервера против наркотиков НарКом/http://www.narcom.ru/forum [↑](#footnote-ref-76)
77. 3 RHCP: без кайфа, но в кайф//Ровесник. - 2004. - №10. – С.26. [↑](#footnote-ref-77)
78. 1 Проблематика наркомании с позиций православного мировоззрения//Официальный портал московской Патриархии Русская православная церковь/http://www.patriarhia.ru/db/text/60112.html [↑](#footnote-ref-78)
79. 1 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page04.htm [↑](#footnote-ref-79)
80. 1 Результат налицо//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2004-01 [↑](#footnote-ref-80)
81. 2 10 страшных тайн рок-н-ролла. Наркотики везде//Ровесник. - 2003. - №8. – С.7. [↑](#footnote-ref-81)
82. 3 RHCP: без кайфа, но в кайф//Ровесник. - 2004. - №10. – С.26. [↑](#footnote-ref-82)
83. 1 Морони Д. 10 песен о вредных привычках. Кто не курит и не пьет.//Ровесник. - 2006. - №5. – С.8. [↑](#footnote-ref-83)
84. 2 Скажи им нет// Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-38 [↑](#footnote-ref-84)
85. 3 RHCP: без кайфа, но в кайф//Ровесник. - 2004. - №10. – С.26. [↑](#footnote-ref-85)
86. 4 Там же. [↑](#footnote-ref-86)
87. 1 Экономцева Н. Полгода на чемоданах//Ровесник. - 2003. - №3. – С.28. [↑](#footnote-ref-87)
88. 2 8 заветов рок-н-ролла//Ровесник. - 2003. - №1. – С.6. [↑](#footnote-ref-88)
89. 3 Na zdorovje?// Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-37 [↑](#footnote-ref-89)
90. 4 На шаг от смерти// Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2004-12 [↑](#footnote-ref-90)
91. 5 Шмерлинг В. Пять лет немоты (исповедь бывшего наркомана)//Ровесник. - 2006. - №1. – С.50 [↑](#footnote-ref-91)
92. 1 Наркотики и общество: история/Narcozona.ru/http://www.narcozona.ru/noDOC.html [↑](#footnote-ref-92)
93. 2 Любимова А. Пропаганда наркомании в отечественных СМИ//Глагол – православный педагогический журнал/http://www.glagol-online.ru/arc/online-pub/346 [↑](#footnote-ref-93)
94. 3 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page05.htm [↑](#footnote-ref-94)
95. 1 Маркова Н.Е. Культуринтервенция//Нет наркотикам/http://www.narkotiki.ru/research\_5375.html [↑](#footnote-ref-95)
96. 1 Имя - наркоман// Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-23 [↑](#footnote-ref-96)
97. 2 Лекарство от жизни// Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-10 [↑](#footnote-ref-97)
98. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-98)
99. 1 Путь отравы//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-41 [↑](#footnote-ref-99)
100. 2 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page05.htm [↑](#footnote-ref-100)
101. 3 Drugs.txt, или 13 дней из жизни наркомана//Ровесник. - 2004. - №3. – С.12. [↑](#footnote-ref-101)
102. 1 Мейлахс П. Наркомания в зеркале Петербургских СМИ//НарКом/http://www.narcom.ru/ideas/socio/107.html [↑](#footnote-ref-102)
103. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-103)
104. 3 Конопля полезная//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-35 [↑](#footnote-ref-104)
105. 1 Форум НарКом/http://www.narcom.ru/forum [↑](#footnote-ref-105)
106. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-106)
107. 3 От винта//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-27 [↑](#footnote-ref-107)
108. 4 Путь отравы//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-41 [↑](#footnote-ref-108)
109. 1 Высшая школа драгса//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-02 [↑](#footnote-ref-109)
110. 2 Я – твой продавец//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-03 [↑](#footnote-ref-110)
111. 3 No future//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-44 [↑](#footnote-ref-111)
112. 4 No future//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-44 [↑](#footnote-ref-112)
113. 1 Под кайфом – это уже не я//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-45 [↑](#footnote-ref-113)
114. 2 От винта//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-27 [↑](#footnote-ref-114)
115. 3 Я – твой продавец//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-03 [↑](#footnote-ref-115)
116. 1 Наркотики. Лобби//Нет наркотикам/ http://www.narkotiki.ru/tv\_5892.html [↑](#footnote-ref-116)
117. 2 Там же. [↑](#footnote-ref-117)
118. 3 Там же. [↑](#footnote-ref-118)
119. 4 Там же. [↑](#footnote-ref-119)
120. 1 Амфетамины и секс/Narcozona.ru/http://narcozona.ru/stat.html [↑](#footnote-ref-120)
121. 2 FAQ по наркотикам/Narcozona.ru/http://www.narcozona.ru/pnDOC.html [↑](#footnote-ref-121)
122. 1 О здоровье для пока еще здоровых//Ровесник. - 2004. - №11. – С.3. [↑](#footnote-ref-122)
123. 2 Конопля полезная//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-35 [↑](#footnote-ref-123)
124. 3 Игры со смертью//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-38 [↑](#footnote-ref-124)
125. 4 Дружба дружбой, а кокаин врозь//Ровесник. - 2004. - №3. – С.56. [↑](#footnote-ref-125)
126. 1 Головченко Д.А. Роль прессы в профилактике наркомании/Харьковский институт социальных исследований/http://www.daria.dem.ru/pressa.htm [↑](#footnote-ref-126)
127. 2 No future//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2002-44 [↑](#footnote-ref-127)
128. 3 Письмо наркомана//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-17 [↑](#footnote-ref-128)
129. 4 Шесть шагов к свободе//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-19 [↑](#footnote-ref-129)
130. 5 Д\*\*мо в квадрате//Молоток/http://www.zabey.ru/rpages.php?id2=dfaq&dfaq=2003-22 [↑](#footnote-ref-130)
131. 6 Любимова А. Пропаганда наркомании в отечественных СМИ//Глагол – православный педагогический журнал/http://www.glagol-online.ru/arc/online-pub/346 [↑](#footnote-ref-131)
132. 7 Там же. [↑](#footnote-ref-132)
133. 8 Там же. [↑](#footnote-ref-133)
134. 1 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page05.htm [↑](#footnote-ref-134)
135. 2 Без наркотиков/http://www.nodrugs.ru/articles.shtml [↑](#footnote-ref-135)
136. 1 Андреева Т., Довбах А., Красовский К. Зачем СМИ пишут об алкоголе, табаке, наркотиках/ http://www.adic.org.ua/nosmoking/books/media/page01.htm [↑](#footnote-ref-136)