

УДК 007[070.15:616.89-008.441.33+316.658]

Станіслава Горецька



ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ НАРКОМАНІЇ В УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА

У статті наведені результати дослідження особливостей висвітлення проблеми наркоманії в пресі різних напрямків, на телебаченні та радіо, в Інтернеті, проаналізований вплив матеріалів з теми наркоманії в різних видах мас-медіа на ставлення молоді до наркотиків, розглянуті помилки журналістів при викладанні матеріалів про наркотики.

Ключові слова: наркоманія, мас-медіа, засоби масової комунікації, преса, телебачення, радіо, Інтернет, журналісти.

В статье представлены результаты исследования особенностей изображения проблемы наркомании в прессе разных направлений, на телевидении и радио, в Интернете, проанализировано влияние материалов на тему наркомании в разных масс-медиа на отношение молодежи к наркотикам, рассмотрены ошибки журналистов при освещении материалов о наркотиках.

Ключевые слова: наркомания, масс-медиа, средства массовой коммуникации, пресса, телевидение, радио, Интернет, журналисты.

The article presents the results of studies of the lighting of the drug problem in the press of different directions, television and radio, the Internet, the influence of materials on the theme of drug abuse in various kinds of mass media on the attitudes of youth towards drugs, considered the mistakes of journalists in teaching materials about drugs.

Key words: drug addiction, mass media, press, TV, radio, Internet, journalists.

Постановка проблеми. Сьогодні проблема наркоманії позиціонується як одна з найактуальніших державних проблем, тому що, зазвичай, наркоманами є молодь, а це майбутнє країни. Мас-медіа сьогодні є найважливішим каналом інформування населення країни, тому дослідження висвітлення теми наркоманії в українських мас-медіа є дуже актуальною сьогодні темою для української журналістики [3].

Дослідження останніх публікацій. Аналіз останніх публікацій свідчить, що проблема наркоманії розглядається в дослідженнях

як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, питання соціологічного напрямку наркоманії досліджували такі дослідники як М. Н. Гернет, А. Є. Лічко, А. А. Реджепов, В. Н. Міхлін, Є. А. Дюбін, А. В. Козаченко, Н. О. Мірошніченко та інші, питання висвітлення проблеми наркоманії в мас-медіа розробляли такі дослідники як О. І. Сербіна [3], Л. М. Рібакова [2], Т. А. Андреева [1], А. В. Довбах, К. С. Красовский, Д. А. Головченко.

Метою наукової статті є дослідження висвітлення проблеми наркоманії в українських мас-медіа.

Сучасні мас-медіа відіграють в інформаційній грамотності населення велику роль. Саме тому, що саме мас-медіа є потужним засобом впливу на суспільство, і позиція журналістів стосовно актуальних соціальних проблем суттєво визначає ставлення суспільства до цих проблем; і від того, наскільки докладно і як саме висвітлюється та чи інша тема у засобах масової комунікації залежить думка суспільства з цього питання. До того ж ЗМК у пошуках сенсаційного матеріалу висвітлюють найбільш актуальні теми, що турбують суспільство і привертають суспільну увагу [3].

Сучасні українські мас-медіа активно протидіють зростанню в Україні наркотизації: інформують суспільство про загострення наркотичної ситуації, формуючи негативне ставлення до наркоманії, відповідну оцінку думку про наркоділків, наркоманів, обговорюють моделі боротьби з незаконним обігом наркотиків, аналізують питання допомоги хворим та їхнім сім'ям, пропагують суспільно позитивні моделі поведінки, пропонуючи аргументи для відмови від вживання та розповсюдження наркотичних речовин. І що важливо, мас-медіа створюють широкий соціальний контекст для формування поведінки людей. Сьогодні, в умовах розмитості соціальних орієнтирів українські мас-медіа привертають увагу суспільства до проблеми вживання наркотиків та вказують на її соціальне загострення.

У дослідженні були проаналізовані матеріали друкованих ЗМК, а саме щоденних газет «Голос України», «Урядовий кур'єр», «День», «Україна молода» та щотижневиків «Дзеркало тижня», «Український тиждень» на тему наркоманії за період з 2005–2013 рр.

В опублікованих матеріалах із проблем наркоманії можна виділити певні тематичні групи (наводяться від найбільшої кількісної групи до найменшої). Перша група — це повідомлення про злочини, здій-

снені у стані наркотичного сп'яніння, передозування та про злочини, що пов'язані з незаконним обігом наркотиків.

Друга група — матеріали з антинаркотичної політики та практики: про офіційні рішення різних адміністративних структур, організацій та про практичну роботу органів охорони здоров'я, освіти, деяких громадських організацій. Характерним є висвітлення новин, пов'язаних із появою нових законодавчих актів, що спрямовані на боротьбу з наркоманією та наркобізнесом. ЗМК виконують роль посередника, інформуючи суспільство про заходи, ініційовані державними органами та про значущі суспільні ініціативи.

Третя група матеріалів — обговорення різних аспектів наркоманії як соціального явища та звернення до представників молодого покоління. У таких публікаціях часто представлені думки фахівців (учителів, лікарів, вчених), а також дані статистичних та соціологічних досліджень. Статті й огляди з подібними матеріалами зокрема друкуються в газетах «День», «Україна молода».

Журналісти намагаються передати читачам занепокоєння долею молодого покоління, сподіваючись, що свідомий громадянин не може залишатися осторонь від вирішення проблеми наркоманії, яка руйнує генофонд нації, загрожує безпеці та здоров'ю людей.

Досить численна група — це рекламні матеріали про різні види наркологічної допомоги. У цих матеріалах зазвичай детально не описуються реальні умови допомоги, відсутні дані про ефективність запропонованих послуг і майже завжди читача переконують в оптимістичному прогнозі лікування наркоманії пропонованим методом.

П'ята група матеріалів — це різного роду звернення до влади з вимогою приділити соціально гострій проблемі наркоманії більше уваги. В цих матеріалах аналізуються фінансові питання, недоліки підготовки кадрів, а також робота та взаємодія між собою різних соціальних структур. Ці публікації особливо характерні для таких видань, як «Український тиждень», «Дзеркало тижня», «Україна молода».

Шоста група матеріалів містить антинаркотичну пропаганду (як пряму на зразок лозунгів «Знайте: наркотики — неминуча смерть!», «Не дай нажитися на твоєму житті!», «Обери здорове життя» і т. д., так і приховану, що проходить наскрізною думкою журналістських матеріалів). На жаль, у сучасній періодичній суспільно-політичній пресі недостатньо представлені методично, цілеспрямовано зважені ви-

ступі з питань антинаркотичної пропаганди та матеріали санітарно-просвітницького виховання.

Необхідно зазначити, що за останні п'ять років простежуються певні зміни в діяльності друкованих ЗМІ при висвітленні теми наркоманії. Перш за все, це стосується кількісно-змістових аспектів у представленні теми. Якщо раніше в ЗМІ висвітлювались різні грані проблеми наркоманії, то в останні роки збільшилася кількість коротких повідомлень про боротьбу правоохоронних органів з наркобізнесом та розповсюджувачами наркотиків.

До того ж варто зазначити, що з 2005–2006 років в українських мас-медіа намітилася тенденція боротьби не стільки з наркоманією, скільки взагалі за здоровий спосіб життя.

Деякі вчені наголошують на пасивності сім'ї у процесі профілактики наркоманії, в той час як саме сім'я є одним із найефективніших чинників впливу на молоде покоління [2]. Серед журналістських творів сьогодні стали з'являтися тексти, в яких обговорюється вплив сім'ї у боротьбі з наркоманією. У цих публікаціях журналісти акцентують увагу на важливості створення здорової моделі поведінки батьків, проте, на жаль, кількість подібних публікацій вкрай незначна, саме тема «батьки як діагностики та помічники у боротьбі з наркоманією» майже відсутня в українських мас-медіа.

Результати дослідження Л. М. Рибаківської говорять про те, що батьки не усвідомлюють власної ваги у вихованні дитини. Завдяки публікаціям у засобах масової інформації, в суспільстві формується адекватне уявлення про наркоманію як хворобу, а не лише як про аморальну поведінку та розбещеність. Це зумовлює формування у суспільній свідомості більш толерантного ставлення до наркоманів і допомагає усвідомленню необхідності комплексного підходу до розв'язання проблеми [2].

Але, на жаль, у більшості видань антинаркотичні публікації з'являються через особисту небайдужість журналіста, редактора та загальноредакційної позиції стосовно проблеми наркоманії.

Якщо порівняти позицію ЗМІ із позицією фахівців, які працюють у різних організаціях, що протидіють поширенню наркоманії, то можна відзначити, що їх об'єднує фрагментарність підходу, страх перед подальшим розвитком подій та певний «параліч» власних дій. Але звичайно ж як ЗМІ, так і фахівці з протидії наркоманії не можуть

залишатися сторонніми спостерігачами і зобов'язані втручатися в хід справи. Ситуація дещо змінилася з появою спеціальної структури — УБНОНУ, і особливий тематичний пласт в українських друкованих засобах масової комунікації — це співпраця преси саме з цією інституцією антинаркотичної боротьби.

Аналіз української преси за останні 5 років показує тенденцію до спеціалізації засобів масової комунікації, що висвітлюють проблему наркоманії. Організаційна структура антинаркотичної преси має два рівні. Антинаркотична інформація посідає, по-перше, постійне місце на сторінках універсальних видань. Другим джерелом інформації є преса, що спеціалізується на антинаркотичній тематиці, переважно, журнали або видання журнального типу.

Варто зазначити, що автор дослідження проаналізував ті видання, в яких тема наркоманії у вказаний період висвітлювались систематично.

За кількістю антинаркотичних матеріалів газета «День» є лідером за кількістю статей з проблем наркоманії серед загальнонаціональних видань. Газета «День» є однією з тих загальнонаціональних видань, які найбільш повно та різнобічно працювали над темою наркоманії у 2005–2013 роках, та за деякими аспектами висвітлення проблеми, лідує серед інших загальнонаціональних видань.

На жаль варто визнати, що навіть поважне видання, що професійно організувало боротьбу з наркоманією, припускається деяких помилок у висвітленні теми наркоманії. Поглянемо на заголовки: «Кожен другий молодий американець вживає марихуану», «У Канаді будуть продавати насіння марихуани для самостійного вирощування», «Китайські вчені навчилися лікувати наркоманів лікарськими травами». Створюється враження, що для розвинених країн світу, які багато в чому є своєрідним еталоном цивілізованого життя для українців, таких як США, Канада, Китай наркоманія — це не проблема державного значення, а звичайне буденне явище, що не викликає особливого занепокоєння. А от заголовок «Вилікуватися від наркоманії простіше, ніж кинути палити» викликає більш ніж подив. Тим паче, що у тексті, що присвячений боротьбі з наркоманією, йдеться про складність проблеми, а не про простоту її вирішення. Це ще раз підтверджує, що журналістське слово потребує особливо уважного ставлення та відповідальності.

Чільне місце у висвітленні теми наркоманії в Україні посідають церковні православні видання.

Під час дослідження проаналізовано публікації за 2005–2013 роки у таких церковних православних виданнях України: «Православний вісник», «Наша віра», «Православний світ», «Отрок.ua», «Агнець», «Чадо», «Голос православ'я».

Аналіз показав, що у цих виданнях досить поширена позиція багатьох священників про те, що проблемою наркоманії повинна опікуватися як церква, так і відповідні державні структури. Судження про те, що наркоманія є гріхом не тільки окремої людини, але й бідою всього українського народу, все частіше з'являються у текстах проповідей та на сторінках церковних видань частіше. Змінилося і відсторонене ставлення держави до релігії: церкву почали розглядати як один із дієвих ресурсів профілактики та боротьби з наркоманією.

У церковних виданнях все більше матеріалів, які позиціонують церкву як структуру, яка більше за решту організацій може допомогти у боротьбі з наркотичною залежністю. У церковній пресі зазначають, що українська православна церква накопичила значний досвід боротьби з гріхом наркоманії.

Практично кожен другий підліток, за даними соціологічних досліджень, отримує інформацію про наркотики переважно з телепрограм. І хоча ці програми мають на меті боротьбу з наркоманією, існують досить помітні «побічні ефекти», що приваблюють молоде покоління до «забороненого плоду». Це один із аспектів даної теми у ЗМІ. Другий досить важливий аспект — показ варіантів виходу людини із наркозалежності, заміщення цієї залежності чимось іншим.

Телебачення, засоби масової інформації загалом мають високий психологічно-педагогічний потенціал. Зазвичай, основний обсяг антинаркотичної інформації має характер новини та події і проходить поряд з іншими соціально значущими темами у блоках новин та інших інформаційно-аналітичних програмах.

Актуальність проблеми викликала появу в телепрограмах журналістських розслідувань («Знак оклику», «Агенти впливу», «Критична точка» і т. д.), документальних та художніх фільмів, навчально-профілактичних відео, що присвячені різним аспектам наркоманії.

Журналісти, що уважно вивчали проблему наркоманії, зрозуміли, що «у наркоманії дві біди: невміння молодого покоління знайти сенс

існування та корупція у силових та владних структурах» (програма «Знак оклику» на телеканалі ТБІ, програма «Агенти впливу» телеканалу ICTV). У деяких журналістських розслідуваннях журналістам вдалося спіймати на місці злочину декількох «перевертнів» — працівників міліції, що співпрацювали з наркоторговцями.

Загалом, говорячи про телебачення, варто зазначити ще один важливий аспект: разом з інформацією про необхідність боротьби з наркоманією, телеглядачі отримують інформацію безпосередньо про самі наркотики. Виявлення фахівцями НДІ МВС України методом соціологічного опитування у середині 1999 року головних причин зловживання наркотиками показало, що серед джерел найбільш доступної інформації про номенклатуру препаратів, їхнього придбання, виготовлення, вживання і т. д. головну роль відіграють засоби масової інформації. Очевидним лідером є телебачення, за ним такі комунікаційні канали як Інтернет, відеопродукція, преса, радіомовлення.

Заперечувати криміногенний зміст багатьох телепрограм не слід. Найбільшою небезпекою подібних телепрограм є відкрито або приховано коментоване схвалення наркогенної поведінки, коли герой телеекрану — ділок наркобізнесу, що здійснює незаконні дії, вдало завершує злочинну кар'єру та благополучно уникає заслуженого покарання. Усі його жертви — юні та зрілі наркомани — залишаються поза кадром, поза нормами моралі та права.

З іншого боку, надмірна демонстрація рекламних сцен немедичного вживання наркотиків, заперечення моральних цінностей, накопичених людством загалом та окремими націями, спотворення ключових історичних подій, пов'язаних з наркотиками, — ось далеко неповний перелік візуальної та звукової інформації, що сприймається через кіно- та відеопродукцію.

Для певної частини глядачів, особливо підлітків, що не мають певного соціального досвіду, сцени з кримінального життя стають досить привабливими. У сприятливій обстановці відповідно поінформовані діти цілком підготовлені піти на здійснення засвоєного із мас-медіа наркозлочину, ін'єкцію героїну, понюшку кокаїну або закрутку з «травичкою». При цьому вони навряд чи замисляться про наслідки цього фатального для їхньої долі та здоров'я вчинку.

Реклама на телебаченні є досить потужним і часто недооціненим механізмом впливу на масову свідомість. Вона є основним каналом

так званої соціологічної пропаганди, суть якої полягає в тому, що з телеекрану подаються не абстрактні політичні чи ідеологічні концепції, а немовби реальні факти сучасного побуту, пов'язані з нашим буденним життям. Така пропаганда дуже переконлива, оскільки оперує головним чином матеріальними цінностями, про які досить компетентно може судити звичайна людина.

Окрім того, телевізійна реклама (як пряма, так і прихована або завуальована у фільмах та телепрограмах) пропонує нам готові зразки поведінки у різних ситуаціях. Персонажі реклами та більшості популярних молодіжних розважальних телепрограм — це зовсім не вчені, космонавти або герої війни.

Великою популярністю сьогодні користуються численні музичні телевізійні та радіоканали, на яких цілодобово на високих частотах лунають сучасні музичні хіти. Наркотичний текстовий зміст пісень (слова наркоманської культури та назви наркотиків, асоціації з їхнім вживанням «солодкуватий димок», «ма-ма-ма-марихуана» і т. д.) — часте явище на музикальній сцені.

Щодо ритмів багатьох сучасних музичних напрямків (рейв-культура і т. п.), то, на думку фахівців, сприймати високочастотні ритми досить тривалий час людина може тільки під дією психостимуляторів. Цим можна пояснити і популярність наркотиків-стимуляторів типу екстазі на молодіжних нічних вечірках та дискотеках.

Основна офіційна інформація про наркотики подається на телебаченні та радіо у випусках новин, аналітичних програм на цю тему практично немає. А професійно підготовлена програма, показана на центральному телебаченні, піднесла би важливість питання до державного рівня, і викликала би відповідну реакцію на порушену тему. Причому, особливо важливо, якщо вдасться викликати відповідну реакцію не тільки у глядачів — представників громадськості, але й у чиновників, здатних реально вплинути на подальший хід подій.

Окрім традиційних каналів надходження інформації здійснення профілактичного впливу на нових «інформаційних каналах» є важливим і, очевидно більш ефективним, йдеться про мережу Інтернет та численні електронні програми, а також комп'ютерні ігри. За даними соціологічних опитувань, 70–80 % хлопців та дівчат отримують інформацію про «зміну станів» з Інтернету.

На пошукових серверах ведеться статистика найбільш відвідуваних сайтів із різної тематики: практично скрізь у першій десятці — один-два про- наркотичних сервера [1].

Захоплення інформаційними комп'ютерними технологіями притаманно молоді, отже, пропаганда наркотиків у комп'ютерній мережі спрямована передусім саме на молодь. Агітація «за наркотики» в інформаційному просторі мережі Інтернет, спрямована на інтелектуально обдаровану частину молоді і тому є дуже небезпечною.

У 2009 році УБНОН виявило та заблокувало декілька десятків Інтернет-сайтів, на яких пропагувались та поширювались наркотики, спеціальний підрозділ цієї служби продовжує вивчати сайти мережі. Проте ця проблема не може бути вирішена тільки завдяки забороні через те, що принципи функціонування та архітектура мережі допускає створення необмеженої кількості підпільно існуючих джерел незаконної інформації. Отже, єдиним шляхом протидії є проведення альтернативної антинаркотичної пропаганди. У зв'язку з цим необхідним на сьогодні є створення різноманітних спеціальних серверів, на яких розміщується антинаркотична інформація. Враховуючи це, Міністерство охорони здоров'я ініціювало створення профілактичного антинаркотичного сайту www.narkotiki.net. На його сторінках, у різних розділах, розміщена інформація, що розрахована як на професіоналів, так і на молодь та спрямована на формування негативного ставлення до наркотиків.

Найкращі українські засоби масової інформації та принципові й суспільно активні журналісти-професіонали, що в них працюють, станом на сьогодні мають позитивний досвід у боротьбі з наркомацією. Багато матеріалів є прикладом якісної форми антинаркотичної пропаганди здорового способу життя [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Андреева Т.* Интернет и профилактика наркотических проблем / Т. Андреева. — Казань : Изд-во Казанского ун-та, 2009. — 300 с.
2. *Рыбакова Л. Н.* Обращение несовершеннолетних к одурманивающим веществам : выбор или обреченность? Проблемы профилактики / Л. Н. Рыбакова // Актуальные аспекты деятельности государственных органов, общественных и религиозных организаций России по противодействию

- незаконному обороту наркотиков. — М. : Изд-во Института социологии РАН, 2002. — С. 12–28.
3. *Сербина О. И.* Отражение проблемы профилактики наркомании в средствах массовой информации / О. И. Сербина // Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского. — Новгород : Издательство Нижегородского госуниверситета, 2012. — № 4 (28). — С. 41–46.
 4. *Фролова Т. И.* Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге : учебное пособие / Т. И. Фролова. — М. : Пульс, 2008. — 250 с.

Одержана 29.05.2014