

**Департамент здравоохранения города Москвы
Государственное бюджетное учреждение здравоохранения
"Московский научно-практический центр наркологии
Департамента здравоохранения города Москвы"**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ОСВЕЩЕНИЕ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ ПРОБЛЕМАТИКИ
НЕМЕДИЦИНСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ
НАРКОТИКОВ**

Москва, 2023

УДК 070:159.99:316.6:613.8:614.2

ББК 56.14, 51.16, 51.1ж

О 84

Организация-разработчик: Государственное бюджетное учреждение здравоохранения «Московский научно-практический центр наркологии Департамента здравоохранения города Москвы» (ГБУЗ «МНПЦ наркологии ДЗМ»).

Освещение в средствах массовой информации проблематики немедицинского потребления наркотиков// Авторы: Масакин А.В, Власовских Р.В., Деменко Е.Г., Сафонцева С.В., Катюринa Д.С., Бочкова В.Ю. Методические рекомендации – МНПЦ наркологии ДЗМ, - 2023.- 23 с.

В методических рекомендациях представлены современные данные об особенностях освещения в средствах массовой информации немедицинского потребления наркотиков. Проанализирован отечественный и зарубежный опыт освещения данной темы, рассмотрены модели подачи информации о психоактивных веществах в СМИ. Особое внимание уделено использованию телемедицинских технологий в профилактике зависимого поведения и ресурсов СМИ для мотивирования населения на ведение здорового образа жизни. Отдельно рассмотрена роль социальной рекламы как особого средства профилактического воздействия.

Рекомендации предназначены для широкого круга специалистов СМИ, освещающих проблему употребления и распространения наркотических веществ, а также для студентов, обучающихся по специальностям журналистика, реклама и связи с общественностью, и других заинтересованных лиц.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение | 4 |
| Основные нормативно-правовые акты | 5 |
| Определения | 6 |
| Модели подачи информации о наркотиках в СМИ..... | 8 |
| Профессиональные компетенции..... | 12 |
| Социальная реклама в профилактике наркомании..... | 15 |
| Цифровая профилактика наркомании..... | 17 |
| Информационно-просветительские кампании в СМИ..... | 21 |
| Заключение | 22 |
| Список использованных источников | 23 |

ВВЕДЕНИЕ

В наше время сложно переоценить роль информации, постоянное получение которой – одна из главных потребностей современного человека. Эту потребность стараются удовлетворить средства массовой информации (СМИ), освещая все сферы жизни.

Особого внимания заслуживает тема незаконного употребления и распространения наркотических веществ, все чаще освещаемая в различных медиа. Эта информация привлекательна для аудитории, так как всегда окутана некоей тайной, которую зрителю или читателю предлагают открыть. Однако не вызывают сомнения опасности, стоящие за темой наркотиков: карающие законы, потерянные жизни, сломанные судьбы людей.

В освещении тем, связанных с наркотиками, имеется много значимых, тонких, негативных и конфликтных ходов, которые не сразу открываются и порой известны только узкому кругу экспертов. Высокая социальная, моральная и правовая ответственность требует от авторов новостей ответственного подхода к делу.

Информация о незаконном потреблении наркотиков чаще всего касается молодежи, что отводит СМИ роль воспитателя, транслятора образцов поведения и социальных представлений, регулятора уровня ответственности, системы ценностей и ориентиров.

Существующая законодательная база касается только запрета пропаганды употребления наркотиков и открытой рекламы наркотических веществ. Отсутствие четких нормативно-правых актов, регламентирующих правила подачи информации о немедицинском потреблении наркотиков, вынуждает журналистов полагаться только на собственное видение проблемы.

ОСНОВНЫЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ АКТЫ

- Федеральный Закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38.
- Федеральный закон «О наркотических средствах и психотропных веществах» от 08.01.1998 № 3.
- Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью развитию».
- Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 14.07.2022) «О средствах массовой информации».
- Указ Президента Российской Федерации от 23 ноября 2020 г. № 733 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2030 года».
- Указ Президента РФ от 18.10.2007 № 1374 (ред. от 07.12.2016) «О дополнительных мерах по противодействию незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров» (вместе с «Положением о Государственном антинаркотическом комитете», «Положением об антинаркотической комиссии в субъекте Российской Федерации»).
- Приказ Министерства здравоохранения РФ от 30.06.2016 № 448 «Об утверждении Концепции по информированию населения Российской Федерации о вреде злоупотребления алкоголем».
- Приказ Министерства здравоохранения РФ от 15 января 2020 г. № 8 «Об утверждении Стратегии формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года».

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящем документе применяются следующие термины с соответствующими значениями:

| | |
|--|--|
| <i>Здоровье</i> | состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней и физических дефектов (определение Всемирной организации здравоохранения) |
| <i>Злоупотребление психоактивными веществами</i> | неоднократное употребление психоактивных веществ без назначения врача, имеющее негативные медицинские и социальные последствия |
| <i>Здоровый образ жизни (ЗОЖ)</i> | образ жизни человека, направленный на профилактику болезней и укрепление здоровья |
| <i>Наркологические заболевания (болезни зависимости)</i> | психические расстройства и расстройства поведения, связанные с потреблением психоактивных веществ |
| <i>Наркомания</i> | заболевание, обусловленное зависимостью от наркотического средства или психотропного вещества |
| <i>Наркотические средства</i> | вещества синтетического или естественного происхождения, препараты, включенные в Перечень наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации, в соответствии с законодательством Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, в том числе Единой конвенцией о наркотических средствах 1961 года |
| <i>Незаконный оборот наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров</i> | оборот наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, осуществляемый в нарушение законодательства Российской Федерации |
| <i>Профилактика незаконного потребления наркотических средств и психотропных веществ,</i> | совокупность мероприятий политического, экономического, правового, социального, медицинского, педагогического, культурного, физкультурно-спортивного и иного характера, направленных на предупреждение |

| | |
|-------------------------------------|--|
| наркомании | возникновения и распространения наркомании |
| Психоактивное вещество (ПАВ) | любое химическое вещество, которое при введении в организм человека может изменять восприятие, настроение, когнитивные функции и поведение |
| Психотропные вещества | вещества синтетического или естественного происхождения, препараты, природные материалы, включенные в Перечень наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации, в соответствии с законодательством Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, в том числе Конвенцией о психотропных веществах 1971 года |
| Федеральный закон (ФЗ) | федеральный законодательный акт Российской Федерации, принимаемый в соответствии с Конституцией Российской Федерации по предметам ведения Российской Федерации и по предметам совместного ведения Российской Федерации и её субъектов. Федеральные конституционные законы и федеральные законы, принятые по предметам ведения Российской Федерации, имеют прямое действие на всей территории Российской Федерации. По предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации издаются федеральные законы и принимаемые в соответствии с ними законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации |

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

СМИ – средства массовой информации

ЗОЖ – здоровый образ жизни

ПАВ – психоактивное вещество

МОДЕЛИ ПОДАЧИ ИНФОРМАЦИИ О НАРКОТИКАХ В СМИ

Основным методом просвещения о вреде наркотических средств и других ПАВ, побуждению к здоровому образу жизни (ЗОЖ) является **информирование населения**. Это одна из первых задач профилактической направленности, в которой не обойтись без межведомственного взаимодействия СМИ и наркологической службы.

Информирование о факторах риска и защиты повышает осведомленность населения о негативном влиянии ПАВ, положительно влияет на здоровье людей и привлекает к формированию навыков ЗОЖ.

Сегодня существуют различные модели подачи информации о наркотиках. Например, драг-маркетинг, «новая социокультурная норма», модель манипулятивного эффекта, «эмоционально-эпатажного гамбургера». Основная характеристика этих моделей – ориентировка на привлечение внимания к подаваемой информации без учета негативного влияния, которое она может нести для аудитории.

Некорректная подача информации о психоактивных веществах в СМИ может носить пропагандистский характер

Модель драг-маркетинга

Существенное влияние на формирование толерантного отношения молодежи к употреблению психоактивных веществ оказывает так называемая модель драг-маркетинг [1]. Он включает в себя муссирование темы употребления наркотиков в печатных, электронных СМИ, теле- и радиопрограммах, художественной литературе и т.д., которая, за счет особенностей подачи, несет пропагандистский характер.

Такая информация обычно публикуется для развлечения читателя, при этом упускается из виду негативное влияние, которое она оказывает на потребителя.

И хотя сегодня существует статья 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах», а также статья 6.13 Административного кодекса, которые запрещают пропаганду наркотических и психотропных веществ, под понятие пропаганды попадает только деятельность, направленная на распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования и местах приобретения наркотических средств, а не личное отношение автора к проблеме или описание очередных фактов потребления наркотических или других психоактивных веществ (ПАВ).

Подобная позиция приводит к формированию устойчивого интереса к вопросам распространения и потребления наркотиков, создает своеобразный рекламный эффект «знакомства с товаром», что является фактором, провоцирующим рост наркопотребления.

Модель «новой социокультурной нормы»

В отношении молодежной аудитории (особенно в период отрочества, юности и ранней молодости) нельзя говорить о личном выборе индивидом получаемой информации. Поток пагубной «криминальной» информации оказывает большое влияние на деформацию общественного сознания, так, во многом из-за СМИ, среди молодежи сложилась «новая социокультурная норма» – «рекреационная» модель наркомании, то есть форма поведения, предполагающая употребление наркотиков на отдыхе.

В печатных СМИ и интернет-изданиях встречаются случаи скрытой пропаганды наркотиков людьми, имеющими серьезное влияние на молодежь, это, прежде всего, рок-музыканты и представители шоу-бизнеса. Кино, телепередачи и интернет перенасыщены информацией о свойствах и видах разных наркотиков, способах и методах их изготовления и употребления, местах производства и путях распространения. Эта информация является общедоступной и, хотя часто и подается под видом профилактической, оказывает очень сильное влияние на формирование ложного представления о наркотиках как «норме» современного мира, присущей определенному возрастному этапу или каким-то социальным группам.

Информирование о наркомании, как явлении, все больше распространяющемся и касающемся каждого, не имеет профилактического эффекта

Особый вред в модели «новой социокультурной нормы» носит реклама быстрого и безболезненного полного избавления от наркотической зависимости, которая создает иллюзию легкого преодоления проблем с наркотиками в случае, если они возникнут.

Модель манипулятивного эффекта

Желая привлечь внимание аудитории, авторы нередко делают акцент на пассивность восприятия, потребительское отношение к информации, уменьшению стремления к ее осмыслению путем подачи однотипной информации, которая, независимо от содержания, воспринимается как нечто естественное и истинное [1]. При этом, чтобы информация оказывала наибольший эффект, манипуляция должна быть незаметна,

«успех гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно» [3].

Часто материал, связанный с употреблением наркотиков, представлен короткими заметками, что позволяет их быстро прочитать, не прилагая особых усилий.

С целью привлечения внимания аудитории под удар ставится традиционная и понятная большинству система ценностей и ориентиров, необходимость следования здоровому образу жизни, наличие резко отрицательной позиции по отношению к употреблению наркотиков. Может содержаться посыл о «положительном» воздействии наркотиков, акцентироваться внимание на связи наркотиков с духовным и творческим развитием или их благоприятном воздействии на организм («единственный способ унять боль» и т.п.).

Модель «эмоционально-эпатажного гамбургера»

Не стоит рассматривать наркоманию как явление всепоглощающее, характерное не только для нашей страны, но и для всего мира, показывать спрос на наркотики среди молодежи в клубах и других развлекательных заведениях как огромный. Это не только искажает реальную картину, но и как будто не оставляет выбора, заставляя поступать так же как и «все в наше время».

Нередко, освещая тему допустимости наркотиков, используют примеры европейских стран, которые для многих представителей молодежи являются своеобразным «цивилизационным маяком» с большими правами и свободами. Употребление наркотиков и злоупотребление алкоголем известными личностями создают представление о некоем элитарном мире, населенном известными, богатыми и успешными людьми, неотъемлемой частью которого является употребление психоактивных веществ.

Упоминания о наркотической или алкогольной зависимости представителя шоу-бизнеса, акцент обычно переносится на его талант и выдающиеся способности, зависимость приписывается тяжелым жизненным обстоятельствам, неприязни обществом, непониманию близкими людьми. Такая подача формирует образ героя, «борца с системой», а не больного человека и уж тем более не преступника [1].

При подаче материала могут использоваться контрастные цвета, которые плохо сочетаются друг с другом, изображения часто вызывают негативные ассоциации, фон оформляется цветами, традиционно передающими негативную эмоциональную нагрузку, часто он зашумлен множеством разноцветных картинок и надписей. Такое обилие материала

одновременно и привлекает внимание к самой заметке, и затрудняет когнитивную переработку ее содержания, подталкивая к простому «проглатыванию» информации [1].

В огромном потоке информации, большинство из которой не вызывает интереса, игра на негативных факторах вызывает настойчивый интерес к этой теме, что само по себе представляет ценность для человека и, соответственно, вызывает положительные эмоции в отношении потребления наркотических веществ.

Это приводит к рыхлению привычных социальных норм отрицания наркотических средств и подрыву убеждений о необходимости противостоять давлению в случае, если предлагают принять наркотик.

Таким образом, освещая тему употребления психоактивных веществ в СМИ, акцентировать внимание нужно не только на том, какая информация преподносится, но и на том, как она преподносится. Любое сообщение подается с неким подтекстом, имеет множество скрытых посылов, которые, сам порой не замечая, транслирует автор.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Что должен знать и уметь автор материала, посвященного теме потребления наркотических веществ?

Главной целью работы СМИ является недопущение распространения знаний и взглядов, которые могут сформировать среди молодежи позицию «нормальности» или желательности образа жизни, связанного с употреблением ПАВ.

При освещении темы наркотиков авторам информационных материалов необходимо:

- консультироваться со специалистами;
- выработать собственную четкую позицию по отношению к проблеме;
- признать, что существуют запреты в теме о наркотиках.

Консультироваться со специалистами

При освещении сложных материалов по проблеме употребления психоактивных веществ представителям СМИ важно консультироваться с врачами профильных специальностей, психологами, сотрудниками правоохранительных органов и другими специалистами. Необходимо оперировать только достоверными фактами, не допуская выдачу собственного мнения за профессиональную оценку.

Выработать собственную четкую позицию по отношению к проблеме

Прежде чем подойти к этой теме, автору необходимо разобраться в себе, какую позицию он отстаивает, освещая потребление наркотиков. Прямо или опосредованно автор доносит свои взгляды и предпочтения читателю, слушателю или зрителю. Необходимо сформулировать перед читателем четкую позицию по отношению к употреблению наркотиков и наркотрафику, донести мысль о порицании обществом связи с наркотиками.

Признать, что существуют запреты в теме о наркотиках

Существует целый ряд запретов, обусловленных требованиями нормативно-правовых и законодательных актов Российской Федерации, а также общечеловеческими представлениями о морали и нравственности. Наркотики – это средство самоубийства. Никто не станет отрицать

недопустимость призыва человека к самоубийству. Поэтому автору потребуется соблюдать следующие правила.

Устранять и исключать в своих материалах сообщений:

- о возможном или имеющемся положительном влиянии наркотиков на человека;
- о наркотиках как необходимости в сложившихся жизненных ситуациях.

Исключить рассуждения о том, что:

- употребление наркотиков – это личное дело каждого, особенно подростка, юноши, молодого человека;
- наркотики имеют позитивные свойства (например, наркотик как средство унять боль);
- наркотическое опьянение привлекательно своими необычными ощущениями;
- легализация некоторых видов наркотиков – это вопрос первостепенной важности.

Как следует информировать о наркотиках

Информацию, связанную с потреблением или распространением наркотических веществ, следует освещать фактологически, совмещая с темами:

- ✓ представления о здоровье и трезвости как норме современного общества;
- ✓ поддержания здорового жизненного стиля;
- ✓ правового регулирования в отношении психоактивных веществ;
- ✓ изменения поведения для отказа от потребления наркотиков.

В отношении молодежной аудитории это особенно важно, когда тема касается медийных личностей, популярных среди современных подростков и молодых людей.

Позитивным сторонам здорового образа жизни (ЗОЖ) не обязательно нужно посвящать отдельные статьи или заметки, не менее эффективным (а иногда и более) оказывается упоминание о здоровом жизненном стиле в других темах.

В качестве удачного, на наш взгляд, примера является интервью с победителем конкурса за звание лучшего машиниста Московского центрального кольца из газеты «Вечерняя Москва».

Основное внимание в статье уделено популяризации профессии машиниста. В середине интервью журналист задает вопрос о вредных привычках героя, на что тот отвечает: «В нашей профессии очень высокие

требования к физическому состоянию – необходимо иметь стопроцентное зрение, слух и сердечно-сосудистую систему. Поэтому о вредных привычках речи быть не может – машинисты МЦК не курят!» [2].

Стоит отметить, что статья привлекает внимание оформлением (цветные, профессионально выполненные фотографии, выделение основной мысли текста короткими заметками), что в целом создает позитивное восприятие образа.

Таким образом, тематика здорового образа жизни хорошо показана, хотя ее освещение и не является основной целью статьи. Здесь есть и указание на внешнее регулирование употребления ПАВ («высокие требования к физическому состоянию»), и однозначная позиция героя («машинисты МЦК – не курят»), и позитивная визуальная подача, что привлекает внимание читателя и не вызывает у него сопротивления. Также это подается как норма современной жизни, а не как тема, требующая «особого внимания».

Средства массовой информации активно участвуют в основном профилактическом методе – информировании населения о вреде наркотиков и побуждении к здоровому образу жизни.

В первую очередь, информирование необходимо направлять на поддержку здоровья женщин, снижению факторов риска употребления наркотиков, особенно в репродуктивном периоде, включая информацию о влиянии употребления наркотиков на плод в период беременности.

Эффективность информирования населения благоприятно сказывается на формировании негативного отношения у различных групп населения к употреблению наркотиков.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ПРОФИЛАКТИКЕ НАРКОМАНИИ

Социальная реклама в профилактике наркомании придерживается двух стратегий профилактического вмешательства:

Стратегия первая – сокращение предложения на наркотики (информация о службах по борьбе с незаконным оборотом наркотических средств, телефоны доверия и служб реагирования на незаконную реализацию наркотиков и др.);

Стратегия вторая – сокращение спроса (информация о факторах риска возникновения наркологических заболеваний, информация о путях преодоления и/или недопущения действия факторов риска возникновения наркологических заболеваний, установки на принципы здорового образа жизни, мотивирование населения на сохранение здоровья, информация о навыках сохранения и развития здоровья и др.).

Социальная реклама должна иметь гуманистическую направленность, позитивное содержание, образовательный характер и однозначность в подаче информации. При создании социальной рекламы и ее распространении важно взаимодействие между сотрудниками наркологической профилактической службы и производителями и распространителями социальной рекламы.

Цели социальной рекламы:

- Расширение в области предотвращения наркологических заболеваний своих прав и возможностей (например, принятие, предотвращение распространения наркотических веществ на рабочем месте, в образовательном учреждении, в общежитии).
- Обеспечение поддержки и поощрение профилактируемых для достижения целей профилактики.
- Развитие навыков и стратегий самоэффективности, основанных на расширении возможностей человека в достижении своих целей, в том числе:
 - формирование и поддержка сильных сторон личности, чтобы на их основе построить самоэффективность;
 - организация условий, включающих культурные особенности профилактируемых, для легкого понимания информации/материалов по самопомощи;
 - практики для формирования навыков и стратегий для предотвращения и управления поведением в ситуациях риска.
- Предоставление общей и конкретной информации по сохранению здоровья, правильному питанию и безопасному

использованию лекарств, а также информации о рисках, связанных с употреблением наркотиков.

В социальной рекламе, как и в любой другой, часто повторяющиеся темы «затираются» и просто не привлекают к себе внимания, поэтому необходим новаторский подход к освещению существующих проблем. В профилактике наркомании более эффективным является использование позитивных образов и неожиданный поворот сюжета. Это обеспечивает интерес к социальной рекламе и не вызывает желания дистанцироваться.

Что касается оценки эффективности социальной рекламы по профилактике употребления наркотических веществ, то наиболее точным фактором оценки является снижение употребления наркотиков в группе, на которую эта реклама была направлена, при отсутствии других влияющих факторов.

Однако такой подход к оценке является очень сложным в реализации, поэтому оптимальным является проведение опроса населения об общем влиянии рекламной кампании конкретных факторах, которые оказывают это влияние.

Широкомасштабные программы в средствах массовой информации имеют больший профилактический эффект тогда, когда сопровождаются систематизированной профилактической работой с группой населения, для которой они создавались [4].

ЦИФРОВАЯ ПРОФИЛАКТИКА НАРКОМАНИИ

Социальные медиа порталы и социальные сети, блоги и микроблоги, фото, видео-сайты обмена размещают и постоянно обновляются новыми и интересными способами поддержки профилактики.

Ниже мы приведем ведущие официальные ресурсы РФ на русском языке в области профилактики наркомании и зависимости от других ПАВ.

<https://www.rosminzdrav.ru/> – Министерство здравоохранения Российской Федерации.

<http://www.takzdorovo.ru> – Takzdorovo.ru – официальный ресурс программы «Здоровая Россия», ресурс ВКонтакте, создан в 2013 году Министерством здравоохранения Российской Федерации. Материалы Takzdorovo.ru проходят проверку у ведущих специалистов российского здравоохранения и экспертов в области здорового образа жизни.

<http://ligazn.ru/> – официальный ресурс Общероссийской общественной организации «Лига здоровья нации» при поддержке Министерства здравоохранения РФ, которая была создана в 2003 году при поддержке политических движений, представителей государственной власти, общественных организаций, деятелей науки и культуры России. Ресурсом на равных владеет Благотворительный фонд Содействия реализации программ Лиги здоровья нации.

<http://www.nncn.ru> – официальный ресурс Научно-исследовательского института наркологии, филиала ФГБУ «Федеральный медицинский исследовательский центр психиатрии и наркологии имени В. П. Сербского» Минздрава России.

<http://narcologos.ru> – официальный ресурс Государственного бюджетного учреждения города Москвы «Московский научно-практический центр наркологии Департамента здравоохранения города Москвы».

<http://r-n-l.ru> – Общероссийская общественная организация «Российская наркологическая лига», член Общероссийского народного фронта №237.

<http://narkotiki.ru> – Официальный информационно-публицистический ресурс «Нет наркотикам» создан в 2001 г. при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Правительства РФ.

http://ria.ru/beznarko_news – Официальный информационно-публицистический ресурс проекта РИА-Новости при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Правительства РФ. РИА-Новости создали его в 2012 г.

Подобного рода усилия прогрессивны и привлекают к своим ресурсам подростковую, юношескую и молодежную аудиторию.

Сетевые электронные ресурсы – одна из наиболее востребованных площадок для профилактической работы. В первую очередь, работа в сети позволяет расширить аудиторию, особенно молодежную. Молодые люди охотно присоединяются к работе в соцсетях, с интересом создают личные или групповые профилактические ресурсы. Это подкрепляется и тем, что подростки, юноши и молодые люди ежедневно проводят в социальных сетях 2-6 часов.

Специалисты наркологических служб могут использовать социальные медиа для решения разных задач. Например, быть в курсе последних трендов профилактической работы, результатов практических и научных проектов. Для этого можно использовать сбор информации, создание баз данных, в том числе с использованием облачные сервисы хранения данных.

Для проектной работы можно обратиться к платформе time-lab.

Можно пойти на создание собственных профилактических сетевых мероприятий с использованием блогов и сайтов. На этих ресурсах производят сбор полезных ссылок официальных организаций, участвующих в профилактической деятельности. В веб-пространстве производят сбор ресурсов с учетом когнитивно-психологического контента, ссылок на полезные для превентивной работы презентации или видео на youtube и других файл-обменниках.

Специалистами по профилактике могут использоваться социальные медиа для контакта с коллегами (например, Telegram, ВКонтакте). Либо можно использовать социальные сети, чтобы создавать личные или проектные профилактические пространства. Многие посредством своих страниц в соцсетях или через организацию работают с группой профилактируемых пользователей. За этим обращаются в социальные сети ВКонтакте, Одноклассники и др.

Социальные медиа могут быть использованы в качестве инструментов для прослушивания и просмотров аудио- и видеоматериалов, при выстраивании диалога социальные интернет ресурсы помогают выявлять профилактические потребности интернет-пользователей.

Все эти коммуникативные инструменты нужны, чтобы:

- заниматься и взаимодействовать с сообществом профилактируемых лиц;
- готовить сетевые профилактические каналы связи и выстраивать программы профилактики;

- организовывать практики, создаваемые в рамках культурно-этнической идентичности, посредством скайп-общения, веб-семинаров, веб презентаций youtube, сбора банка ссылок на полезные ресурсы или на уже встроенные сетевые ресурсы;
- создавать возможности, например, посредством скайпа, чата, viber, whatsapp быстро, в режиме онлайн, бесплатно поделиться проблемами и способами решения в области профилактики.

Социальные медиа могут оказывать помощь в осведомлении населения, в пропаганде здоровых норм поведения. Они могут оказать помощь в поддержке политики, связанной с изменениями в законодательстве (например, электронный сбор подписей, создание пакетов рассылки в поддержку законодательных инициатив). Социальные медиа позволяют специалистам решать организационные вопросы профилактической работы на местах. Например, создание социальных кругов по направлениям на mail.ru, yandex.ru. Они помогают в развитии профилактических служб, например, отражают работу инфраструктуры в интернете или посредством публикации материалов о работе наркологических служб на официальных сайтах города. Посредством медиа специалисты в сфере профилактики могут быть вовлечены в наполнение профилактическими материалами как отдельного сайта, так и страниц социальных сетей ВКонтакте, Одноклассниках, Telegram. Это необходимо для того, чтобы оказывать профилактическое влияние в вопросах потребления алкоголя, незаконного оборота наркотических средств, которые возникают при взаимодействии молодых людей между собой.

Необходимо обратить внимание на то, что многие молодые специалисты и волонтеры имеют хороший потенциал включения в социальные сети. Однако профилактическая работа в социальных медиа требует определенных ресурсов – временных, экономических, профессиональных, технологических.

В начале профилактической работы в СМИ необходимо проанализировать свое присутствие в медиасфере, в том числе в социальных сетях, и ответить на ряд вопросов.

«Какие технологии у вас есть или вы можете ими воспользоваться?» Необходимо иметь доступ в интернет и желательно стационарный компьютер, который находится в кабинете. В дальнейшем могут понадобиться собственные компьютеры, ноутбуки и/или мобильные медиа устройства (например, планшеты, смартфоны, плееры), дополнительные технические устройства (наушники, микрофон, проектор).

«Оцените, какие вы посещаете профилактические сайты и страницы в социальных сетях?»

Всю информацию, которую собирает наркологическая служба, необходимо сразу располагать в базы данных, впоследствии ее можно

использовать более эффективно. «Есть ли у вас человек, который имеет возможность включить вас в региональные, национальные и глобальные социальные медиа, и сотрудники или волонтеры, которые помогут наладить общение в сетях?» Сотрудники наркологической службы могут обратиться за предоставлением странички на официальном региональном сайте департамента здравоохранения и затем, создавая страницы в сетях, делать ссылки на ваш сайт или страницы. Создавайте себе репутацию команды активных и высокопрофессиональных сотрудников. Социальные медиа помогут вам сохранить ваши усилия по профилактике, быть современными и проводить адресную профилактическую работу.

«На какую аудиторию будет распространяться ваша профилактическая работа?»

Здесь надо обратить внимание на то, что существуют разнообразные возрастные и социальные группы пользователей социальных медиа.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ В СМИ

Информационно-просветительская профилактическая работа в СМИ может включать в себя:

- кампании для повышения осведомленности населения о факторах риска потребления наркотиков, вождения в нетрезвом виде;
- кампании для укрепления здоровья, следования принципам здорового образа жизни как альтернативы деструктивному поведению;
- кампании по информированию и предотвращению проникновения наркотиков в детские и молодежные коллективы;
- кампании по трезвости и отказу от употребления наркотиков.

На официальном сайте ГБУЗ «Московский научно-практический центр наркологии Департамента здравоохранения города Москвы» размещен банк модельных планов по проведению широкомасштабных компаний среди различных целевых групп взрослого населения и подростков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сейчас в Российской Федерации развернута активная работа по профилактике неинфекционных заболеваний, где особую роль играет предупреждение табакокурения, злоупотребления алкоголем, немедицинского употребления наркотиков. Идет работа по подготовке стандартов профилактической помощи различным группам населения, где СМИ отводится особая роль в повышении ее доступности.

В профилактике наркомании средства массовой информации могут не просто информировать о факторах риска развития наркотизации или освещать негативные последствия употребления наркотиков. Главным профилактическим потенциалом СМИ является возможность мотивировать многих людей на сохранение и поддержание трезвости, формируя навыки здорового образа жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зубков А. Н., Клочкова А. В. Роль СМИ в формировании отношения молодежи к наркотикам (по результатам криминологических исследований) //Вестник Московского университета. Серия 11: Право. – 2009. – №. 6. – С. 81-93.
2. Слободян И. Повелитель скорости// Москва Вечерняя.- 2017, 13 сен. - №85 (572). – С. 3
3. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием М., 1980.
4. Ferri M. et al. Media campaigns for the prevention of illicit drug use in young people //status and date: New, published in. – 2013. – №. 6.



Горячая линия ГБУЗ «МНПЦ наркологии ДЗМ»
+7 (495) 709-64-04

Единая справочная амбулаторной службы
+7 (499) 660-20-55

narcologos.ru (наркологос.рф)

Наш адрес: 109390, г. Москва, ул. Люблинская, д. 37/1

Е-mail: mnpcn@mail.ru

Центр профилактики зависимого поведения (филиал)
+7 (499) 150-06-64

Наш адрес: 125171, г. Москва, ул. З. и А. Космодемьянских, д. 6