

Наркомуравейник-3

Прежде чем попасть в вену, наркотик попадает в голову. О том, как это происходит, кто несет (или не несет) за это ответственность, рассуждают солист рок-группы «Сплин» Александр ВАСИЛЬЕВ и руководитель центра коммуникативных исследований Института социально-экономических проблем народонаселения РАН Наталья МАРКОВА.

По мнению музыканта, первична проблема наркомании, современное искусство лишь отображает ее. Какое общество - такие и песни. А по мнению ученого, наоборот: современное искусство, романтизируя обколотого или обкуренного лирического героя, стимулирует рост наркомании. То есть какие песни - такое и общество. Истина, видимо, как всегда, где-то посередине.

Александр ВАСИЛЬЕВ, солист рок-группы «Сплин»: «Никакой ответственности я не чувствую»

«Знай, мой друг, ты мой эквивалент./ Может, клей понюхаем «Момент»?/ Будем нюхать, сколько захотим,/ Ведь мы болеем за один и тот же team». Или: «Мы смотрим фильмы или снимся нам самим,/ А если снимся - это сон с тяжелого похмелья;/ Я знаю - я останусь цел и невредим,/ Когда взорву все города и выкурю все зелье».

Я сказал Александру Васильеву, что тема разговора - ответственность рок-кумира перед своей аудиторией. Васильев сказал: «О, Господи!..»

- ...Мы поем то, что поем, а каждый слушатель отвечает за себя сам. Никакой ответственности... (Васильев делает длинную паузу, потому что в это время по телевизору «Спартак» создает острую ситуацию у ворот «Сатурна») ...никакой ответственности я не чувствую. Я знаю, что не буду призывать к войне, насилию, и мне самому для себя этого достаточно.

- Зато для группы «Сплин» довольно актуальна тема наркотиков. Это дань моде или элемент биографии?

- Я не знаю, что такое мода. Это просто часть жизни общества, часть моей жизни, но я вовсе не придаю этой теме какое-то особое значение.

- Часть вашей жизни?

- Ну, поскольку я часть общества.

- У вас есть друзья или родственники, которые от этого пострадали?

- Нечем гордиться. Никого нет. Я из другой среды.

- Я понимаю, что ни одна экспертиза не установит, что ваши песни романтизируют состояние наркотического опьянения. Но любому психологу ясно, что они погружают в депрессию и подсказывают единственный выход из нее - побег от реальности.

- Да все это ерунда. Рок-музыка - следствие, а не причина. Какое общество, такие и песни. Это просто реакция людей на то, что происходит в мире. Нас плющит от того, что у нас страна такая дикая и отсталая, а европейцев плющит, потому что жизнь настолько размеренна и систематизирована, что хочется просто выть от тоски. Самые популярные группы на Западе - все депрессивные. Впадать в депрессию вообще свойственно человеческой личности. Невозможно же всю жизнь прожить в позитивном настроении. Просто в моменты депрессии песни почему-то легче пишутся, вот и все. Какая причина этого - я не знаю.

- Негативные статьи тоже почему-то легче писать, чем позитивные. Там предельно ясно распределение ролей: ты, белый и пушистый, с тоской взираешь на то, какие все серые и скользкие. А чтобы написать позитив и не впасть в розовые сопли - это ж нужно людей полюбить, а за что их любить-то?

- Я не знаю, как в журналистике, а в музыке дело в другом. Существует поп-музыка, которая по мере возможности эксплуатирует позитивный тон, соответственно кто-то должен находиться и на другом полюсе. Как известно, горе от ума, поэтому умные люди пишут грустные песни. Но ни в коем случае не сладкие, не карамельные. Если ты играешь рок-н-ролл, то это уже не весело.

- А у вас самого бывают позитивные впечатления?

- Недавно, например, путешествовали по Европе. Больше всего мне понравилась одна французская деревня на границе со Швейцарией, называется Леаз - я там неделю прожил. Кругом горы, тишина, мобильный не берет, совсем нет парижан, да и местных жителей я не видел. Они и сами-то друг друга не видят. Встречаются раз в полгода.

- В последнем альбоме есть песня «Гандбол». Там такие слова: «Словом, мы все больны гандболом - и за гандбол умрем». А за что вы на самом деле готовы умереть?

- За гандбол... За футбол... За волейбол, за баскетбол, за бейсбол. А вообще, я считаю, это бесполезный вопрос.

- Вам уютно жить в мире, где есть смысл умирать за гандбол?

- Я вообще стараюсь избегать соприкосновения с человеческим обществом (Васильев опять взял равнение на телевизор). Все мои песни - это песни наблюдателя. А сам я в активной жизни стараюсь не участвовать, потому что она больше забирает, чем дает. Это такой огромный насос. Мне нравится жить в этой стране и петь про гандбол. И я счастлив, что есть очень небольшое количество людей, которые не задают вопрос, о чем эта песня. Я не знаю, куда я иду в своем творчестве - вверх, вниз, вправо или влево, но внутри есть стержень, который заставляет писать так и только так.

- Но иногда в жизни наблюдателя случается то, что произошло недавно на Тушинском аэродроме. Как вы себя чувствовали в тот день на сцене?

- Мы были мертвые и растерянные. Мы понимали, что мы поем не потому, что хочется петь, или потому, что люди этого ждут, а чтобы какая-то толпа, которая стоит там, за сценой, не ломанулась в разные стороны и не передала друг друга.

«Спартак» в тот день проиграл «Сатурну» 0:1. Но Александр Васильев, как оказалось, не болел ни за тех, ни за других.

Мне обидно и капают слезы,

Когда мне под ноги кидают розы,

Когда люди на улицах и в окнах квартир

Меня встречают и устраивают пир на весь мир,

Мне рады даже малые дети,

Мне машут даже деревьев ветви,

Меня приветствуют все, все как один.

Я привезла им новый мир, я привезла кокаин.

«Маленькая лошадка», Найк Борзов

Резолюция гильдии экспертов-лингвистов по документационным и информационным спорам:

«Текст построен как жалоба женщины-наркокурьера, у которой одна навязчивая идея - бросить свою профессию. В песне она уподобляется усталой, загнанной лошадке, которой осталось жить совсем недолго. В целом интонация песни имитирует плач, и каждый куплет этого плача заканчивается словом «кокаин». Но, хотя перевозка кокаина продолжается (об этом сообщает нам 4 раза повторяющийся припев), доминирующая модальность песни - призыв к жалости. Благодаря этому общий эмоциональный фон песни высвечивает опасность наркокурьерства и наркомании».

СТАДИЯ ТРЕТЬЯ

Новая болезнь

До сих пор болезнь нашего муравейника развивалась в скрытой форме. Ее мог разглядеть лишь специалист-мирмеколог. В подкупольной камере вместе со своим потомством муравьи взращивали личинки ломехуз - свою будущую погибель. Они распознавали в них чужаков, но противостоять им не могли: личинки выделяют наркотическое вещество, противостоять которому муравьи не в силах.

Но теперь даже неспециалисту, если он приглядится к куполу муравейника, становится ясно, что с гнездом творится что-то неладное. По сравнению с другими муравейниками его жизнь как будто заторможена. Муравьи здесь гораздо менее активны, зона патрулирования гнезда сузилась, да и там, где еще работают фуражеры, можно увидеть такую картину: муравей пытается что-то тащить, но потом бросает свою работу и просто слоняется без дела. Тусуется.

Первое, что приходит в голову, - они все уже под кайфом. Но это не так. Те, кто пребывает под действием вещества, выделяемого ломехузой, как правило, сидят внутри муравейника. Заторможенные особи, которых мы наблюдаем на поверхности, - это уже новое поколение муравьев. По аналогии с людьми их можно назвать муравьями-даунами.

На языке науки они называются псевдоэргатами. По основному плану строения это все еще рабочие особи, однако грудная часть у них по сравнению со здоровой особью немного увеличена. Поэтому внешне они представляют собой нечто среднее между рабочими особями и самками. На деле же псевдоэргаты не в состоянии ни откладывать яйца, ни спариваться с самцами. Не могут они и полноценно выполнять функции рабочего муравья.

Псевдоэргаты еще пытаются делать какую-то работу, поскольку в гнезде еще достаточно активных муравьев, которые заставляют их работать, но делают они это из рук вон плохо. Впрочем, среди активных муравьев все больше особей подсаживается на вещество, выделяемое жуком-«драгдилером», так что принуждение с их стороны все слабее. При этом едят асоциальные муравьи наравне со всеми. Таким образом, баланс расходной и доходной статей бюджета нашего муравейника нарушается, муравьям начинает не хватать фуража, чтобы прокормить всех - и царицу, и ломехуз, и псевдоэргатов, и здоровых муравьев, число которых все стремительнее уменьшается.

Изучая это явление, ученые-мирмекологи сначала полагали, что появление псевдоэргатов связано с недокармливанием личинок, поскольку существенную часть питания муравьи теперь отдают ломехузам. Выдвигалась и другая версия - псевдоэргаты появляются в результате заболевания вирусом, переносимым жуками-«драгдилерами». Однако потом наука установила, что причина появления псевдоэргатов - все то же наркотическое вещество, выделяемое ломехузами. То есть теперь в нашем муравейнике увлечение наркотиком переросло в стадию эпидемии наркомании, определяющей не только поведение муравьев, но и их физиологическое строение.

«Мы не можем затевать заведомо проигрышный судебный процесс»

Ирина ЧАЛАЯ, информационно-аналитическое управление Минпечати:

- В 1998 году был принят Федеральный закон «О наркотических средствах и психотропных веществах». Статья 46 этого закона запрещает пропаганду наркотических средств и психотропных веществ. В 2000 году на основании этого закона было внесено дополнение в статью 4 Закона «О СМИ». Тем не менее пока не создано ни одного судебного прецедента. Вроде бы закон суров - нарушившим его СМИ грозит приостановление или прекращение деятельности по решению суда - после не менее двух официальных предупреждений. Еще есть 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. И вот тут - непреодолимое препятствие. Закон «О наркотических средствах...» дает такое определение: это «сведения о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения и преимуществах использования отдельных наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров». Такого трактования явно недостаточно, под него подпадает только самая явная и малая часть тех случаев, с которыми мы сталкиваемся. Если бы в правовое пространство ввести наказание за косвенную пропаганду наркотиков, то мы могли бы проводить не лингвистическую, а психолингвистическую экспертизу телепередач, статей, песен.

К нам приходят письма возмущенных читателей, слушателей, телезрителей, но мы не можем затевать судебный процесс, не имея достаточных правовых оснований. Проигранный процесс может создать прецедент, что еще больше засорит информационное пространство рекламой наркотиков. Поэтому мы ограничиваемся предписаниями в адрес СМИ-нарушителей и призываем журналистов осознавать свою ответственность перед обществом.

Наталья МАРКОВА, руководитель центра коммуникативных исследований Института социально-экономических проблем народонаселения РАН: «Общество нуждается в информационной вакцинации»

«Наркотики - идеальный товар, намертво вцепляющийся потребителю в глотку» - это первая фраза научно-популярной монографии под названием «Культурир-интервенция». Автор - Наталья Маркова. Это человек, который первым в России предложил рассматривать эпидемию наркомании как результат информационного воздействия - драгмаркетинга - и разработал методику борьбы с ним. Мы встретились с Натальей Марковой в московском кафе, где из динамиков верещала какая-то музыкальная радиостанция. Пока беседовали, звучали песни, половина из которых, по мнению Натальи, работала на драгмаркетинг.

- Что значит - «идеальный товар»?

- Наркотик как товар имеет характеристики, о которых мечтает производитель любого продукта. Эйфория, возникающая при потреблении, быстро превращается в жизненную необходимость и гарантирует повторную покупку. Единственный минус - быстрая смерть потребителя. Поэтому наркобизнес нуждается в постоянном обновлении клиентов. Для этих целей и служит драгмаркетинг, законы которого ничем не отличаются от системы продвижения любого другого товара.

- Как это все работает?

- Невозможно продавать наркотики, рекламируя их как средство самоубийства (что является истиной). Существует несколько типов мифического позиционирования, привязанного к потребностям: наркотики как средство от депрессии, средство усиления сексуального наслаждения, средство расширения подсознания и т.д. Каждый тип позиционирования имеет грандиозный promotion в СМИ, кинематографе, литературе, но практически неприметен неспециалисту. Каждый подросток мечтает стать успешным и счастливым. Как объект для подражания СМИ предлагают ему рок-звезд, героев спорта или кино. Эти люди обаятельны, знамениты, богаты. И вот здесь скрыта опасная ловушка. Рок-звезды демонстрируют девиантное (то есть с отклонениями от социальной нормы) поведение. В интервью они распространяются о своих сексуальных приключениях, потреблении наркотиков, и таким образом будущий потребитель узнает, что наркотики - один из атрибутов славы и успеха. В соответствующих песнях «альтернативщиков» дискредитируются главные конкуренты наркотиков - основные человеческие ценности: красота, любовь, доверие, семья, дети, труд, счастье. Подросток подражает девиантному поведению и по законам социальной психологии впадает в депрессию. Сам ритм и музыкальный строй этой музыки, как это не раз подтверждалось отечественными и зарубежными исследованиями, подавляет работоспособность, ввергает в тоску. Это еще больше усиливает депрессивное состояние. Таким образом, звезда становится одновременно катализатором депрессии и средством легализации наркотиков в сознании потребителя. Тем самым она выполняет в драгмаркетинге функцию поддержки постоянного спроса на товар.

- Я только не пойму, как это выглядит в реальной жизни. Сидит тот же Александр Васильев из «Сплина» и думает: «Напишу-ка я песню девиантную, поддержу драгмаркетинг»?

- Я допускаю, что тот же Александр Васильев просто воспроизводит культуру, которая завладела его собственным сознанием. Но в тени шоу-бизнеса работают продюсеры или программные директора музыкальных радиоканалов, которые из огромного потока современной музыки замечают и продвигают именно то, что мы в итоге и слышим. Возможно, они ориентируются на собственные вкусы, но при этом должны понимать, что не на Александре Васильеве, а именно на них лежит основная доля ответственности за то, как эта музыка действует на аудиторию.

- Ну хорошо, с рокерами разобрались. Остается порекомендовать всем слушать веселую попсу, «Руки вверх», например.

- А точнее - веселую пропаганду девиантного поведения. Наслушавшись подобных песен, подростки начинают раннюю половую жизнь, что, согласно зарубежным и отечественным исследованиям, в дальнейшем приведет к депрессии и первой пробе наркотика.

- Что же тогда есть контрпропаганда наркотиков?

- Вот вы почему не употребляете наркотики?

- Я смутно помню, что в детстве мне внушили, что это такая пивка, которая проникает в человека и делает его зомби.

- Значит, ваши умные воспитатели сумели создать у вас отрицательную установку. А вот 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. Когда в 1987-м сами американцы начали всерьез бороться с наркоманией, то 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.

- Мы все время говорим о том, что кто-то осуществляет на территории России драгмаркетинг. А кто, собственно?

- Кто именно извлекает прибыль из торговли наркотиками - это должны выяснить спецслужбы. Я занимаюсь социологией, изучаю воздействие информации на человека и общество и могу лишь констатировать, что на территории России осуществляется хорошо построенная драгмаркетинговая кампания. Ее методы выработаны западной прикладной наукой. Следовательно, и заказчики - не таджики с афганцами. Пропаганда наркотиков, сексуальная революция, дробление общества на субкультурные группы - это традиционные методы регулирования численности населения, используемые в перенаселенной Европе с середины XX века, и эти цели вполне совместимы с получением прибыли от наркотиков.

- Опять отгораживаться железным занавесом?

- Вовсе нет. Наш институт сейчас пытается научить детей гасить информационные зажигалки. Уже второй год мы осуществляем уникальный проект - «Барьер». Финансирует его Российский гуманитарный научный фонд. Это учебный курс для школьников 8–10-х классов, состоящий из 6 уроков. В доступной форме мы объясняем, как работают разные информационные ловушки. Это достаточно просто. Экспериментальная апробация была проведена в школах Подмосковья и Москвы. С сентября начнется обучение преподавателей в Петербурге, Новосибирске, Кирове, Вологде и, возможно, в Ставрополе. Если распространить этот опыт на всю Россию, то поменяются интересы аудитории, а значит - рейтинги телепрограмм. Газетам и журналам придется печатать другие статьи, телекомпаниям - показывать другие передачи, певцам - петь другие песни. Это и есть оздоровление информационного пространства.

Специальный репортаж «Чистка муравейника» читайте в номере от 19 августа

Дмитрий СОКОЛОВ-МИТРИЧ, Татьяна ПУТЯТИНА, аспирант биофака МГУ

Автор: Артур Скальский © Известия.Ру ОБЩЕСТВО, РОССИЯ 👁 2897 06.05.2004, 10:56 📌 247

URL: <https://babr24.com/?ADE=12815> Bytes: 18235 / 17989 Версия для печати Скачать PDF

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](https://t.me/babr24_link_bot)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](https://t.me/bur24_link_bot)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](https://t.me/irk24_link_bot)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](https://t.me/kras24_link_bot)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](https://t.me/nsk24_link_bot)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/tomsk24_link_bot)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](https://t.me/babrobot_bot)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)