



Подспорье

Приложение к газете «Горатник» Союза борьбы за народную трезвость

Издается с мая 2001 г.

№ 2(169)

февраль-март 2017 г.

Читайте в номере:

О. Ищущий, «Пропаганда алкоголя, табака и других наркотических веществ в кинематографе», – стр.1;

О.Н. Кузнецов, Н.Д. Моисеева «Психолого-физиологические основы лечения наркомании по методу Г. А. Шичко», – стр.15;

«Остановить алкогольный геноцид русского народа», – стр.20;

«Используйте свое право решать, по каким законам жить», – стр.23;

Пропаганда алкоголя, табака и других наркотических веществ в кинематографе



Оглавление

1 Введение

2 Методы продвижения наркотических веществ

2.1 Формирование моделей поведения, связанных с употреблением НВ

2.2 Привязка НВ к образам положительных героев

2.3 Наделение НВ особыми свойствами, которыми они не обладают

2.4 Создание образа НВ, как ценностной категории жизни человека

2.5 Продвижение НВ через изменение актёрского амплуа.

2.6 Product placement (расположение продукта)

3 Что делать?

4 Рекомендуем ознакомиться с видеообзорами

Введение

Кино не является простым развлечением, как думают многие. Через плоские экраны мы не только получаем удовольствие и коротаем скучные дни, мы ещё и познаём мир. Хотим мы этого или нет, но даже банальный ситком, который создавался отнюдь не для того, чтобы мы напрягали свои мозги, всё же выполняет определённую роль в обогащении нашего мировоззрения. Он показывает нам то, какими могут быть взаимоотношения между людьми, изображает людей с их интересами и

жизненными установками, с их характерами. Почему кто-то считает, что это никак не влияет на него? Разве вы удивитесь, если зайдёте к кому-нибудь домой и увидите ярко-красный холодильник, если точно такой же вы видели по телевизору сотни раз? Разве вас шокирует мужчина в женской одежде на улице, если такие образы постоянно мелькают на телеэкране?

Кинематограф, демонстрируя поведение героев в различных жизненных ситуациях, на самом деле предлагает нам совершенно определённые стереотипы и модели поведения, таким образом выступая в роли не описателя реальности, а ФОРМИРОВАТЕЛЯ реальности. И это очень важный момент, так как с помощью телеэкрана не осознающие, что ими управляют, народные массы можно запрограммировать, на всё что угодно.

«Дайте мне в руки СМИ, и я любой народ превращу в свиней», – говорил Геббельс – отец пропаганды.

Другой известный деятель в области управления массовым сознанием, Эдвард Бернейс, в своей книге «Пропаганда» дал следующее определение мировому правительству:

«Сознательное и умелое манипулирование упорядоченными привычками и вкусами масс является важной составляющей демократического общества. Приводит в движение этот невидимый общественный механизм невидимое правительство, которое является истинной правящей силой в нашей стране.

Нами правят, наше сознание программируют, наши вкусы определяют, наши идеи нам предлагают – и все это делают в основном люди, о которых мы никогда и не слыхивали».

Кинематограф не только формирует модели поведения, но и определяет наши предпочтения в одежде, интерьере, еде, автомобилях, напитках, ювелирных украшениях, причёсках, татуировках и т.д. И для этого тоже существуют определённые методы, в частности такие, как «продакт-плейсмент», о котором будет сказано далее применительно к нашей тематике. А если ки-

нематограф влияет на поведение больших масс людей, то его необходимо рассматривать в первую очередь как средство управления общественными процессами.



Давайте на минуту представим следующую ситуацию, как бы утопично это не выглядело. Мы, все взрослые, договорились о том, что не хотим, чтобы наши дети знали, что такое алкоголь, табак и другие наркотики (далее НВ – наркотические вещества). Мы убираем из кино, телепередач, музыки, художественного искусства, литературы любые упоминания об алкоголе и табаке. Те произведения, которые теряют свою суть и смысл без этих упоминаний, стираются полностью и безвозвратно. Сами также перестаём употреблять спиртное, табачные изделия, и договариваемся никогда не упоминать их названия. Даже сами слова «алкоголь», «табак», «сигареты», «трубки», «кальяны» и т.д. выводим из своего обращения. Заводим совершенно иные традиции празднования Нового Года, 9 мая, 8 марта, 23 февраля и прочих праздников, без употребления НВ. Естественно, закрываем все производства «пищевого» алкоголя, договариваемся не изготавливать его даже подпольно. Уничтожаем все его запасы, закрываем все торговые точки.

Всё это очень сложно осуществить, и выглядит, как утопия, но это возможно.

И вот рождаются дети. Они никогда не слышали, что такое алкоголь и сигареты. Они не знают таких брендов, как Виски, Мальборо, Честерфилд, не знают таких слов, как коньяк, вино, пиво и т.д. Они никогда не видели, как курят или как выглядит пьяный человек. Они не знают, что такое застолье, потому что привыкли совсем иначе справлять праздники. Как вы думаете, могут ли в таком обществе вырасти из детей алкоголики, наркоманы, заядлые курильщики? Конечно же, нет, так как они не знают даже такого явления, как опьянение. Они не знают, что для получения подобного «удовольствия» надо что-то выпить или выкурить. И самое главное – этого не делают взрослые, которые служат наиболее подходящим примером для подражания. Ведь все дети хотят повзрослеть, поэтому стремятся подражать взрослым.

Таким образом, основа, так сказать, корень, всех этих вредных привычек лежит в нашей культуре. Именно культура формирует в сознании ещё абсолютно чистого ребёнка подобные стереотипы и модели поведения. А массмедиа сегодня играют огромную роль в формировании культуры, если не определяющую.

Мы можем ввести какие угодно ограничения, мы можем принять какие угодно законы, но если мы не будем обращать внимания на то, что происходит в медиапространстве, в сфере кино, мультипликации, в

музыкальной индустрии, то эти законы и ограничения не решат проблемы. Они лишь уведут часть этого рынка в подполье, но наши дети как употребляли, так и будут и употреблять НВ, просто будут делать это нелегально. Ну и продавцы этой дряни, соответственно, также будут продолжать ею торговать нелегально. При достаточно развитой коррупции они могут делать это и вовсе без последствий для своего «бизнеса».

Именно это было главной ошибкой сухого закона, принятого в 80-е годы прошлого столетия, во времена правления Горбачёва М.С. При всех его плюсах, о чём вы можете узнать из выступлений Жданова и других трезвенников, массовое сознание было не готово к подобной антиалкогольной кампании.

Поколение, выросшее на советском кинематографе, где также злоупотребляли демонстрацией пьяных и выпивающих в кадре героев, не готово было настолько изменить свои жизненные установки. Советская система пропагандировала в широкие массы теорию культурного питания. С экранов нам демонстрировали приличных граждан, интеллигентов, рабочих, инженеров, учёных, которые собирались за столом и цивилизованно выпивали, распевали песни, вели интересные беседы и т.д. Но на самом деле грань между культурным питьём и алкоголизацией населения оказалась очень тонкой, едва ощутимой, в результате чего алкоголезависимыми стали миллионы наших соотечественников.

Приведу пример, который, на мой взгляд, очень ярко отразил эпоху СССР в плане отношения к алкоядам. Фильм «Небесный тихоход», думаю, многие смотрели. Замечательное кино, но есть парочку «но».

1. В начале фильма один из главных героев оказывается в больнице, так как у него проблемы с сердцем. К нему приходят два его товарища. Медсестра его строго предупреждает, что употреблять спиртное ему сейчас категорически запрещено. Но товарищи выходят на природу, достают спрятанную «чекушку» и спокойно её распивают на троих со словами «чуть-чуть можно».

В этом вся суть алкогольной романтики двадцатого столетия. Все алкоголики, выросшие на таком кино, демонстрируют аналогичный тип поведения: прячут чекушки от своих жён, так как те им не разрешают пить; напиваются в подворотнях, за углом с такими же друзьями – любителями алкогольной романтики.

2. На примере этого фильма очень хорошо показан механизм вписывания алкоголя в песенную культуру народа. Застольные песни в СССР обретают особую популярность, так как именно таким образом нужно проводить время в культурных попойках. Для того чтобы тема романтики употребления алкоголя была у всех советских граждан на слуху, необходимо было вписать её как раз в застольное времяпрепровождение, то есть в культуру застольных песен.

Дождливым вечером, вечером, вечером,
Когда пилотам, прямо скажем, делать нечего.
Мы приземлимся за столом, поговорим о том, о сём
И нашу песенку любимую споём...
Нам будет ВЕСЕЛО, ВЕСЕЛО, ВЕСЕЛО,
Ну, что ж ты милая курносый нос повесила?
МЫ ВЫПЬЕМ РАЗ, МЫ ВЫПЬЕМ ДВА
ЗА НАШЕ СЛАВНОЕ У-2,
ДА ТАК, ЧТОБ ЗАВТРА НЕ БОЛЕЛА ГОЛОВА.

В этих последних строчках отражается вся суть

той политики культурного спаивания, которая велась в Советском союзе: «Надо пить, но пить так, чтобы завтра голова не болела, и чтобы было весело».

В этом контексте обязательно следует упомянуть фильмы Л. Гайдая, которые мы до сих пор так любим смотреть под Новый год. В большинстве его картин, так или иначе, представлена тема культурного питания, а бескультурное питание подаётся в форме юмора. Вспомните фильм «**Бриллиантовая рука**», где герой Никулина, изрядно употребив спиртного, исполняет со сцены песню про зайцев. В фильме «**Кавказская пленница**» Шурик исследует местный фольклор, нам демонстрируется множество тостов (думаю, все помнят тост про «маленькую, но очень гордую птичку»). В итоге Шурик сильно напивается и оказывается в вытрезвителе. И эти образы очень хорошо впечатаны в наше сознание, а пьяные фразы типа «помедленнее – я записываю» давным-давно разлетелись на цитаты и до сих пор пользуются особой популярностью в народе.



В других фильмах Гайдая вы также без труда найдёте образы забавных пьяниц. Это и алкоголик-тунядец Федя в «**Приключениях Шурика**», который попадает к Шурику на перевоспитание, и у которого, кстати, по фильму есть семья и двое детей. Это и тройка Трус-Балбес-Бывалый, которые также периодически употребляют в кадре. А ведь, например, актёр Вицин из этой тройки был абсолютным трезвенником, и в фильме «**Операция Ы**» в сцене, где они покупают себе пиво, Вицин пьёт совсем не пиво. Фильм-короткометражка «**Самогонщинки**» в весёлой и юмористической форме представляет людей, занимающихся самогонварением. В фильме звучит такая песенка самогонщиков:

Без каких-нибудь особенных затрат
Создан этот самогонный аппарат,
А приносит он, друзья, доход,
Между прочим, круглый год!
Я, признаться откровенно, очень рад
Лечь под этот электронный агрегат,
Чтобы капал самогон мне в рот
Днем и ночью круглый год!
А вот люди меж собою говорят:
За такой вот хитроумный аппарат
Просидеть мы можем без забот
За решеткой круглый год!

Тема винопития присутствует не только в фильмах

Гайдая. Например, под Новый год также постоянно транслируют такие фильмы, как «**Карнавальная ночь**», «**Летучая мышь**» и уже упомянутой «**Ирония судьбы или с лёгким паром**» Э. Рязанова. В любом из этих фильмов вы сами легко отыщете сюжеты и образы, посвящённые данной тематике.

Так, в фильме «**Карнавальная ночь**» нам показывают некий голубой огонёк. Помимо мишуры, праздничных выступлений, номеров самодеятельности, весёлых лиц и интеллигентных людей, в кадре постоянно присутствуют шампанское, вино и поднятые вверх бокалы. Люди радуются Новому году, смеются и культурно выпивают. Однако в жизни подобные вечеринки нередко перерастают в настоящие попойки. Ведь недаром в народе ходит фраза: «Какая свадьба без драки». И все прекрасно понимают, от чего случаются драки на свадьбах.

В фильме «**Летучая мышь**» есть сюжет про тюрьму, где директор тюрьмы приходит проверять дежурного, при этом оба, как говорится, «в стельку пьяные». Это ситуация очень тонко обыгрывается, превращая происходящее в курьёз и повод для шуток. Оба не стоят на ногах, дежурному видится не один директор, а два, также ему кажется, что кто-то раскачивает тюрьму, хотя, естественно, это не тюрьма качается, а он сам.

Как после таких фильмов и сюжетов в стране может вырасти трезвое поколение, когда вам с экранов постоянно демонстрируют сцены культурного питания, сюжеты про самогонварение, образы забавных пьяниц? Вам же не показывают, как эти пьяницы, грязные и никому не нужные, валяются под забором, простите за образ, но он куда более правдив.



Конечно же, в таких условиях, без предварительной подготовки массового сознания, «сухой закон» 1985 года провалился и закончился тотальным спаиванием русского народа после распада СССР в 1991 году, в отличие, кстати, от «сухого закона» 1914 года, принятого Николаем II. Там была совершенно иная ситуация. Во многом это была инициатива снизу, а не сверху. Николай II ведь не отдавал приказа о введении сухого закона, а лишь дал РАЗРЕШЕНИЕ на его исполнение. В этом огромная разница. По сути, он дал «зелёный свет» тем процессам, которые и так развивались в обществе. Поэтому сухой закон 1914 года имел совсем другие последствия и получил совершенно иной отклик в общественных массах. Позднее этот опыт введения сухого закона использовался и в США.

Отсюда следует очень важный вывод: для вопло-

щения в жизнь каких-то идей необходима тщательная подготовка массового сознания, о чём говорил ещё Э. Бернейс.

Исходя из вышесказанного следует, что противостоять алкоголизации и наркотизации нашей страны мы должны, в первую очередь, в культурно-информационной среде, обращая самое серьёзное внимание на тот медиаконтент, который предлагается нашему обществу.

Как показывает анализ большинства популярных или активно-популяризируемых фильмов, мы имеем дело с целенаправленным внедрением в нашу культуру деструктивных программ на самоотравление, которые ведут к деградации и разрушению нашего общества, подрыву его генофонда.

Необходимо самым серьёзнейшим образом подойти к вопросу изучения методов продвижения НВ через фильмы, передачи, сериалы, клипы, музыкальное творчество. И, конечно же, распространять эти знания в нашем обществе, повышая таким образом медиаграмотность населения, тем самым увеличивая сопротивляемость подобным деструктивным программам.

Методы продвижения наркотических веществ

Теперь давайте уже разберём, какие конкретно приёмы используются для того, чтобы внедрить в наше сознание, что употребление НВ – это нормально, это часть нашей жизни.

1. Формирование моделей поведения, связанных с употреблением НВ.
2. Привязка НВ к образам положительных героев.
3. Наделение НВ особыми свойствами, которыми они на самом деле не обладают.
4. Создание образа НВ, как ценностной категории жизни человека.
5. Продвижение НВ через изменение актёрского амплуа.
6. Product placement (расположение продукта).

Формирование моделей поведения, связанных с употреблением НВ

Давайте подумаем, часто вам приходилось видеть следующую картину в кино? Какого-нибудь героя в фильме бросает девушка, личная жизнь разваливается, либо происходит какая-то трагедия, связанная с близкими людьми. И буквально следующим кадром нам показывают этого героя уже пьяным с бутылкой в руках.

Другой пример: какая-то стрессовая ситуация. К примеру, конфликт на работе или дома, после которого герой закуривает сигарету, якобы снимая таким образом напряжение. Ещё часто курят после постельных сцен, выпивают после тяжёлого рабочего дня.

Вот это и есть один из приёмов, навязывающих нам употребление НВ. Все эти вещи, демонстрируемые нам с телеэкранов, представляют собой чёткие, последовательные модели поведения в определённых жизненных ситуациях, программируя нас на их повторение, если данные ситуации произойдут в нашей жизни.

Здесь отдельной категорией следует отметить различные события и праздники, которые постоянно сопровождаются употреблением спиртных изделий, будь то похороны, свадьба, Новый год, день рождения и т.д.

Человек вообще склонен к социальному конформизму. Совсем недавно в интернете получил широкое



распространение следующий эксперимент. В приёмной одного заведения поставили около десятка стульев. Среди ожидающих своей очереди лишь один человек был испытуемым, все остальные были подставными. Звучал сигнал, и все подставные одновременно с сигналом вставали со своих мест. Они просто вставали и всё. Через три таких сигнала испытуемый, не задавая вопросов, не пытаясь узнать, для чего остальные встают, тоже начал вставать. Затем учёные решили продлить эксперимент следующим образом. Они стали по одному выводить подставных участников, все люди по очереди покидали свои кресла и уходили, кроме испытуемого. В конечном итоге остался один испытуемый и он продолжил вставать по звуковому сигналу. Зачем? Он не задавался этими вопросами, а продолжал вставать. Затем к испытуемому отправили ещё одного нового испытуемого, не подставного. Через несколько сигналов и подъёмов первого испытуемого второй спросил, зачем тот встаёт. Первый объяснил, что так делали все тут сидящие, и он решил, что тут так принято, тут такое правило, и продолжил вставать. Второй испытуемый начал вставать вместе с первым. Заметьте, пока никто из них не задался простым вопросом: «Зачем?». Они просто продолжали вставать, и через некоторое время научили других новых испытуемых, которые заняли освобождённые стулья.

Таким образом, из первоначальной группы остался один человек, который, не задавая вопросов, просто скопировал модель поведения в конкретной ситуации, и он научил этой модели поведения новых людей. Это поразительно, но встаёт вопрос о разумности человека, согласитесь. В данном примере человек – это просто стадная особь, которая абсолютно и беспрекословно готова исполнять все законы стада, не имея собственного мнения и мышления. Поэтому очень важно, какую культурную среду мы создаём. Какие модели поведения демонстрируем с телеэкранов, так как они неизбежно копируются.

Допустим, у Вас пока мало жизненного опыта. К примеру, Вы – подросток, которому не доводилось пока терять близких, у которого не было ещё отношений с противоположным полом, поэтому девушки пока тоже Вас не бросали. Соответственно, личного опыта поведения в таких жизненных обстоятельствах у Вас пока нет. Вопрос: откуда Вы его возьмёте? Правильно, из внешней среды. Наткнувшись на сюжеты, описанные выше, связанные с курением и употреблением алко-

ля, Вы непременно запишете их в копилку своего опыта и с высокой степенью вероятности воспользуетесь ими, когда похожие жизненные ситуации возникнут в Вашей жизни.

Таким образом это и происходит. Важно здесь отметить ещё и то, что в данном случае формируется чёткий стереотип – алкоголь, табак, наркотики могут помочь, если всё реально плохо. Они снимут стресс, поднимут настроение (это тоже, кстати, один из методов продвижения НВ, который будет описан ниже), возможно, даже изменят жизнь к лучшему. Очень часто встречаются сюжеты, когда после употребления алкоголя пьяный герой, готовый к любым приключениям и поворотам судьбы, находит новую вторую половинку – действительно девушку своей мечты. О каком очень известном каждому русскому человеку фильме сейчас идёт речь? Конечно, это «Ирония судьбы или с лёгким паром». Таким образом, демонстрируется, что такая модель поведения не только не несёт вреда, но и может привести к положительному результату, круто изменить жизнь в лучшую сторону.



Таким образом, сколько бы мы не обсуждали всё пагубность НВ, сколько бы мы не рассказывали о вреде алкоголя, табака, наркотиков детям, если подобные сцены присутствуют в том медиаконтенте, который они «потребляют», то рано или поздно у них появится стимул попробовать НВ. Алкоголь и табак нанесут ощутимый вред здоровью далеко не сразу. Подросток, употребивший алкоголь или табак несколько раз, может и вовсе перестать верить в «эти сказки» о вреде спиртного и сигарет, а в дальнейшем, наслушавшись горе-учёных (чаще всего **британских**), которые постоянно пытаются доказать, что определённая доза алкоголя даже полезна, может вообще решить, что употреблять в меру – это даже неплохо. В этом кроется опасность массового тиражирования статистически лживых ситуаций, в которых употребление алкоголя не только не несёт негативных последствий, но и улучшает качество жизни, помогая побороть определённые трудности, с одной стороны. С другой стороны, все те вещи, которые каждый слышал о вреде алкоголя и табака, на начальном этапе их употребления, вроде как,

полностью отсутствуют, что может очень серьёзно повлиять на мотивацию дальнейших действий подростка. И выбор, скорее всего, будет не в пользу естественного для человека трезвого образа жизни.

Ещё одна модель поведения – это использование алкоголя в качестве дополнения к оформлению интерьера. Например, герой попадает в кабинет уважаемого бизнесмена, и там есть отдельный столик или минибар, где всегда стоит графин с дорогой выпивкой и несколько стаканов. Уважаемый бизнесмен берёт стакан, свободно наливает выпить себе и герою, и это несмотря на то, что рабочий день только начался. В данном примере используется не только метод формирования модели поведения, здесь алкоголь также наделяется свойством успеха и привязывается к образу влиятельного бизнесмена. В итоге многие сделают подобные столики или минибары у себя в кабинетах или дома.

Ещё одна модель поведения – это размещение спиртного наряду с другими продуктами в холодильнике. В фильмах периодически встречается подобная ситуация, когда герой открывает холодильник и спокойно достаёт оттуда бутылочку пива. В одном фильме герой открыл холодильник, посмотрел и далее сказал: «А что, ничего кроме пива нет?». Как будто в холодильнике обязательно должен находиться весь набор алкоядов. Далее он достал бутылку пива из холодильника и начал пить. То есть нам показывают, что алкоголь – это та же колбаса или творог, и обязательно должен быть в наличии. Закладывается совершенно чёткая модель поведения, что алкоголь – это чуть ли не биологическая потребность человека.

Маленький совет: так как водка является прекрасным обезжиривателем, который многими часто используется в быту, держите её там, где у вас хранится вся бытовая химия (зачастую, это место в туалете, рядом с унитазом). Этот простой приём позволит сформировать у ваших детей устойчивый стереотип, что водка (спирт) – это такая же техническая жидкость, как, например, моющее средство, употреблять которое в качестве продукта питания – абсолютная глупость.

Привязка НВ к образам положительных героев

Суть данного метода состоит в том, чтобы привязать НВ к образу положительного героя. Если герой положительный, то у него не может быть плохих или вредных привычек. Вопреки этому, в современном кинематографе персонаж-трезвенник – это исключение из правила. Употребление НВ таким образом размазывается, нивелируется, стирается авторитетом киногероя. В его руках бутылка виски уже не выглядит чем-то опасным, а скуренная сигарета воспринимается как часть его неповторимого образа, его шарма.

Теперь посмотрите на главного героя фильма **«Железный человек»** (исполняет Р. Дауни Мл.). В обычной жизни он – эпатажный бизнесмен, который может себе позволить кутить, напиваться, дебоширить. Конечно, во многом он делает это для отвода глаз, чтобы его не воспринимали всерьёз, то есть, как у нас в народе говорят: «косит под дурачка». Но, тем не менее, алкоголь он всё-таки употребляет и спокойно сочетает одурманивание себя с деятельностью супергероя. Это касается, в том числе, и его физической формы, реакции, внимательности. Ведь не всё за него делает костюм, сам человек

тоже должен уметь грамотно управлять этим костюмом. Вот так к образу героя привязывается определённая привычка, которая является его неотъемлемой частью, и, скорее всего, непременно будет взята в оборот его фанатами. Хотя сам Р. Дауни Мл. в жизни следит за своим здоровьем и даже йогой занимается.

Привязка НВ может происходить не только к образу какого-то героя, но и к известному медиаперсонажу: актёру, певцу, бизнесмену, политику и т.д. И здесь в качестве примера хотелось бы снова вспомнить Эдварда Бернейса.

Дело в том, что в тридцатые годы двадцатого столетия даже в столь, казалось бы, свободном американском обществе царили совсем иные взгляды, нежели сегодня. Женщинам в то время запрещалось курить в общественных местах. Подобные выходки вызывали, как минимум, общественное порицание. За ношение миниюбки даже могли привлечь к суду. Табачные компании обратились к Эдварду Бернейсу за помощью, так как женщины – это пятьдесят процентов потенциального рынка сбыта.

Для того чтобы разрушить табу на курение женщин, Э. Бернейс сделал следующее. В Америке в то время каждый год проводились пасхальные шествия, на которых собиралось много народу. Бернейс пригласил репортёров со всех известных СМИ под предлогом, что на данном мероприятии произойдёт одно очень интересное событие – будет зажжён «факел свободы». В определённое время, когда все журналисты и репортёры были собраны, по отмашке Бернейса около десятка известных актрис вынули по сигарете и ПРИЛЮДНО закурили, то есть, находясь в общественном месте. Они курили и улыбались, а журналисты снимали их, брали у них интервью, и актрисы отвечали, что они зажгли свой «факел свободы».



Таким образом, в данном примере Бернейс использовал один из приёмов продвижения какой-то идеи или продукта – через авторитет известной личности. В этой ситуации был использован не только этот метод, также использовался метод наделения НВ свойствами, которыми они не обладают, о чём будет сказано ниже

в соответствующем разделе.

Кстати, в использовании данного метода наметились контуры ещё одной тенденции – продвижение энергетиков, и собираются продвигать их, по всей видимости, через образ умника-инженера-программиста, который много времени проводит за компьютером, занимается робототехникой и мало обращает внимания на свои биологические потребности в нормальной, здоровой еде, сне, физической активности, общении и т.д. Пока рано говорить о тренде, но уже в двух фильмах энергетика прямо связаны с образом подобного героя: **Живая сталь** и **Робот по имени Чаппи**.

Наделение НВ особыми свойствами, которыми они не обладают

Название метода говорит само за себя. У нас есть какой-то товар, например, алкоголь. Он обладает совершенно определёнными физическими свойствами: его употребление вызывает алкогольное отравление (в первую очередь головного мозга), в результате которого меняется мировосприятие. Но мы же не можем выйти на рынок с таким предложением. Если все вокруг будут понимать, что алкоголь буквально убивает клетки нашего мозга, его никто не будет покупать. Поэтому для создания привлекательности своего товара мы должны наделить его какими-то положительными свойствами.

Чем хочет обладать человек? Ну, допустим, Вы – молодой парень, и пока у Вас не всё складывается в общении с противоположным полом, и в основном потому, что Вы – просто очень стеснительный юноша, боитесь знакомиться, общаться, к тому же интроверт. Казалось бы, ответ очевиден – займитесь воспитанием своего характера, пройдите курсы ораторского искусства и так далее. Но вместо этого в молодёжном кино постоянно фигурирует такой сюжет: какой-нибудь застенчивый парень изрядно напивается, и от его робости не остаётся и следа. Он свободно, даже развязно «подкатывает» к девушкам, легко общается с ними, шутит, «отжигает по полной», оказывается в центре внимания, становится талисманом вечеринки и т.д. И даже если на следующий день он, отойдя от алкогольного отравления, снова приходит в себя и превращается в того же робкого парня, девушки продолжают общаться с ним. Он видит их взгляды на себе, чувствует, что он им интересен. Предыдущий вечер, когда он был в стельку пьян, принёс ему положительный результат.



Многочисленное повторение этого сценария формирует у подростка установку, что алкоголь может помочь в деле общения с противоположным полом, и рано или поздно юноша переносит эту модель поведения в свою жизнь.

Вот в этом и состоит суть данного метода. Всё его разнообразие – лишь в выборе этих несуществующих свойств. Лучше, если эти свойства будут носить абстрактный, так сказать, эфемерный характер. НВ должны дарить смелость, радость, свободу, успех, счастье, харизму. То есть то, что реально нельзя измерить или оценить более-менее объективно. Так, употребив НВ, Вы не можете точно сказать, насколько Вы стали смелее и стали ли. Скорее всего, возникнут иллюзии по поводу того, что НВ создают эти эффекты, так как Вашу психику самым тщательным образом готовили к такому восприятию наркотического отравления с помощью вышеописанных сюжетов.

И после такой промывки мозгов Вы будете сами программировать себя на то, что должно быть весело, радостно, что Вы стали привлекательнее. Вы будете себя убеждать: «Я же выпил. Теперь я должен стать более развязанным, более смелым». На алкоголь потом можно списать все свои глупости, промахи и неудачи в попытках быть тем, кем Вы не являетесь на самом деле: «Да, я пьяный был, ничего не помню» и т.д.

В примере продвижения табака в Америке в 30-х годах прошлого века, когда Бернейс привлёк к этой кампании известных актрис, как раз и использовался метод наделяния НВ свойством, которым табак на самом деле не обладает. Сигарета была названа «факелом свободы». То есть сигарета становилась предметом, с помощью которого можно было обрести свободу. Если Вы – женщина, и Вы курите В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ, то есть открыто демонстрируете свою пагубную привычку – значит, Вы более свободна, чем другие женщины, которые не могут себе этого позволить. Вы курите в общественных местах – значит, Вы теперь наравне с мужчинами, которые также могут курить, где хотят. Таким образом, усилиями Бернейса сигарета превратилась в инструмент борьбы за права и свободы женщин в американском обществе, за их равноправие.

Но здесь следует задаться вопросом: «Дарят ли сигареты на самом деле свободу?». В некотором роде можно сказать, что свобода – это независимость, то есть отсутствие зависимостей. Если человек курит, и ему постоянно нужны сигареты, без которых он начинает ощущать какой-то дискомфорт, тягу, необходимость закурить, то он не может считаться свободным, так как вынужден покупать сигареты, чтобы чувствовать себя комфортно. Поэтому женщина, которая курит, в этом смысле, гораздо менее свободна, чем любая некурящая.

Да и вообще странным выглядит сам способ борьбы с мужчинами за равноправие. Вместо того, чтобы бороться за какие-то новые возможности заниматься политикой, финансами или какой-то научной деятельностью, женщины выбрали возможность курить, где им хочется. Точнее, это не они выбрали, а им предложили такой способ борьбы, на котором неплохо заработали, в первую очередь, табачные компании.

В рамках данного метода также следует упомянуть движение хиппи, где НВ и разврат шли рука об руку с



такими понятиями, как свобода, любовь и мир без войны. Социальные технологии, созданные при участии Тавистокского института, решили проблему социальной напряжённости Америки, предложив людям вместо справедливости и равенства, вместо экономического уклада, направленного на развитие человека, совершенно иную концепцию: вечный праздник, где вседозволенность почитается как абсолютная свобода. Людям предложили, что свободное употребление НВ – это и есть высшая степень свободы. Таким образом, мы снова видим применение данного метода в действии: НВ наделяются несуществующим свойством – они якобы дарят свободу.

Следующее свойство, которое постоянно приписывается алкоголю и табаку, является очень важным с точки зрения продвижения данных продуктов среди молодёжи. Алкоголь и табак якобы делают взрослее. Как только какой-нибудь смазливый парень или девушка оказываются в кадре с бокалом или стаканом выпивки в руке и с сигаретой в зубах, так тут же превращаются во взрослых людей с соответствующими повадками и внешним видом. Они сразу становятся более деловыми, серьёзными, статусными, и как будто этот бокал в руке их так преобразует.

Опасно это ложное свойство тем, что формирует в головах подростков неправильные цели. Все подростки (и дети), так или иначе, мечтают стать взрослыми, хоть взрослые и убеждают их, чтобы те не торопились и сполна насладились самым беззаботным и радостным временем их жизни. И вот, с телеэкранов им показывают способ, как их мечта может воплотиться в реальность, ведь они ещё пока не могут устроиться на хорошую работу, купить себе квартиру, машину, завести семью. Употреблять спиртное, курить – это и есть быть взрослым, это то, чем взрослые отличаются от детей – убеждает телеэкран. В этом смысле вносит свой вклад и возрастной ценз, ограничивающий продажу спиртного до определённого возраста. Возможность употреблять без ограничений – словно пропуск в мир взрослой жизни.

Во многих семьях приобщение ребёнка к спиртному – это как обряд инициации во взрослую жизнь. Родители с определённого момента сами начинают наливать своему чаду рюмочку и пить вместе с ним.

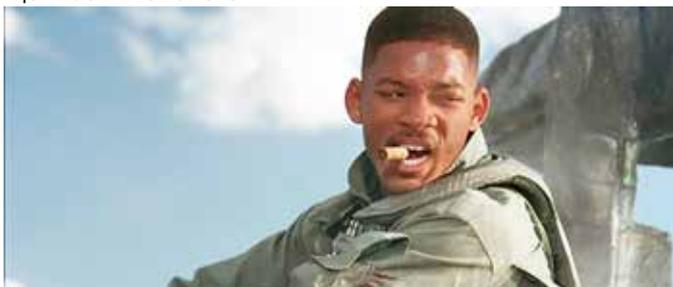
Хорошо, если ребёнок в итоге разберётся и осознает, что пить, курить – это не значит быть взрослым, и нужно стремиться к чему-то ещё: нужно состояться в жизни, нужно найти своё любимое дело, нужно учиться, нужно уметь брать ответственность за себя и других на свои плечи, нужно уметь зарабатывать себе на хлеб и т.д. Это и многое другое – и есть «быть взрослым». Но

современное медиапространство даже не пытается объяснять такие вещи нашим детям, и закладывает в их головы совершенно иные устремления. Отсюда и те последствия, которые мы все с вами сегодня хорошо видим.

Создание образа НВ, как ценностной категории жизни человека

Данный метод работает по принципу вписывания НВ в мировоззрение человека как некой ценности, без которой жизнь была бы скучна, неинтересна, неполноценна. Метод хорошо работает в создании ситуации, когда жизнь оказывается на волоске. Разберём на примерах.

Думаю, многие смотрели фильм С. Спилберга **«День независимости»**. В конце фильма два главных героя, учёный и лётчик ВВС США, отправляются на космическом корабле инопланетян, чтобы доставить ядерный заряд в логово инопланетных интервентов. Во время своего полёта один из героев достаёт сигару и объясняет, что хранил её для особого случая, и сейчас как раз такой. И если всё получится, то он закурит её. То есть в момент, когда человек отправился, по сути, на верную смерть, он не думает о близких ему людях, он не смотрит на фотографию своей семьи в бумажнике, он думает о том, как он закурит сигару. В конце два героя, конечно же, выживают, и мы видим их с сигарами в зубах. В этом и заключается приём вписывания НВ в ценности человека.



Подобные сцены, как правило, сопровождаются ярким эмоциональным окрасом. Главные герои вот-вот могут погибнуть, у них буквально считанные секунды, чтобы осуществить задуманное. Даже в кресле, где Вы сидите, чувствуется напряжение, Ваше внимание полностью затянута телеэкраном. И, наконец, долгожданная победа. Всеобщее ликование. И даже если Вы были уверены, что будет только счастливый конец (ведь это же кино), Вы всё равно искренне радуетесь и сопереживаете героям. В каком-то смысле Вы стали более счастливы, и в этот момент главные герои достают по сигаре и навсегда привязывают образ этого табачного изделия к тому эмоциональному состоянию, в котором Вы пребываете – к хорошему состоянию.

Через такие сюжеты в головы зрителей пытаются заложить мысль, что НВ являются чем-то важным и существенным: «Если человек на краю гибели думает о сигаре, значит, что-то в ней есть такое, что очень значимо для этого человека». И компании по производству алкоголя и табачных изделий готовы платить огромные деньги, чтобы такие эпизоды появлялись в кинолентах.

Для того чтобы понять какие это деньги, приведу пример. Кто-нибудь знает журналиста Сергея Доренко? Он сам не курит, но рассказывал про табачное лобби. К нему подходили и предлагали с периодичностью один

раз в месяц упоминать в своих эфирах такую вещь: «Курить, безусловно, вредно, это ужасно, но это уже устоявшаяся традиция. Но главное, ребята, давайте подумаем, что это рабочие места». Всё. За одну такую фразу, упоминаемую раз в месяц, ему предлагали десять тысяч долларов в месяц. Вы представляете, какие деньги готовы отдать производители алкоголя и табака, чтобы их продукция появилась, например, в многобюджетном блокбастере, который гарантированно посмотрит не один миллион человек по всему миру, чтобы главный герой фильма ВДРУГ оказался курящим и ВДРУГ предпочитающим определённый бренд.

А как вам сюжет, где бутылку элитного спиртного хранили много лет для особого случая? И когда этот случай настает, то владелец бутылки озвучивает, что специально её берёт для такого момента, и что бутылка пролежала N-ое количество лет, ожидая своего часа. Затем бутылка благополучно раскупоривается, все пробуют её содержимое и восхищаются выдержкой элитного алкоголя. «Алкоголь – тоже ценность, которую можно хранить в течение долгих лет, от этого он становится ещё более ценным», – в этом заключается главная мысль таких сцен. Здесь же демонстрируются готовые модели поведения, связанные с НВ (см. раздел **«Формирование моделей поведения»**): для особого случая припаси бутылочку дорого спиртного или же наоборот, элитное спиртное надо употреблять только по особым случаям.

Очень интересный приём встречается в фильмах о постапокалиптическом мире. Остатки людей, выживающих в тяжелейших условиях плохой экологии, бедности, голода и холода, радуются, как дети, когда находят бутылку со спиртным, тут же откупоривают её и распивают. В таких картинах часто алкоголь и сигареты на вес золота и обладают гораздо большей ценностью, чем еда. Это тоже один из способов вписать НВ в ценности человека и человечества в целом. Даже на краю гибели люди всё равно готовы травить себя ради «удовольствия» – это их природа, и никакая катастрофа не способна это изменить.

Есть ещё одна группа сюжетов, которая создаёт достаточно устойчивый образ НВ, как ценности для человека. Это сюжеты о так называемых человеческих радостях и, конечно же, «маленьких» человеческих слабостях, в число которых входит НВ. Очень хорошо такие моменты демонстрируются на контрасте. Допустим, прилетает высокоразвитый пришелец и с головой окунается в жизнь среднестатистического обитателя планеты Земля: с выпивкой, с клубами, с девушками. В конце концов, этот инопланетянин признаёт, что жизнь на Земле со всеми этими глупостями, слабостями, «маленькими» грехами гораздо увлекательнее и интереснее, чем на его родной планете!!! И пусть люди при этом никак не развиваются, не пытаются сделать каких-то эволюционных скачков, какая разница, зато весело. Инопланетянин покидает Землю с явным сожалением. Он будет скучать по земной жизни, ведь на его родной планете нет такого «веселья».

Так, например, в фильме **«Знакомьтесь: Дэйв»** пришельцы, находящиеся в своём уникальном корабле с антропоморфными чертами, оказавшись на планете Земля, в одном из сюжетов попадают на гавайскую вечеринку. Там Дейву, так пришельцы назвали свой

корабль в виде человека, предлагают пропустить алкогольный коктейль. Напиток попадает внутрь корабля, где инопланетяне начинают с удовольствием лакать его, сравнивая эффект с «мысленным полётом в космос». После этого пришельцы открыто пускаются во все земные «радости»: на корабле царит праздник, инопланетяне хотят тусоваться, танцевать, веселиться, модно одеваться. Суровый начальник службы безопасности превращается в развязного парня с повадками педераста.

Покидая Землю, команда, управляющая Дэйвом, будет с ностальгией вспоминать о проведённых днях на этой чудесной планете. Именно благодаря тому празднику, в который с головой окунулся Дэйв, пришельцы примут решение не уничтожить планету Земля.

В данном случае алкоголь пусть и не занимает главных ценностных позиций, но изображается как важная, неотъемлемая часть нашей культуры – культуры землян.

Другой в своё время популярный фильм с похожим сюжетом **«Земные девушки легко доступны»** 1988 года рассказывает о трёх инопланетянах, которые случайно оказались на Земле. Они познакомилась с девушкой и буквально в тот же день оказались на вечеринке, где вкусили все «радости» земного досуга: алкоголь, сигареты, танцы, доступные девушки.

Ещё один наглядный пример с инопланетянами – фильм **«Пол: Секретный материалчик»**. Главный герой фильма, инопланетянин по имени Пол, несмотря на то, что, будучи пришельцем, обладает кое-какими сверхспособностями, постоянно курит, и не только сигареты. Пол может стать невидимым, оживлять различных живых существ, исцелять людей, передавать знания психокинетическим способом, но при этом он абсолютно не выглядит высокоразвитым существом, предпочитая не заморачиваться на высоких целях, а жить самыми примитивными удовольствиями.



Создателям картины удалось создать очень правдоподобный образ, сочетающий в себе животные устремления и сверхинтеллектуальные возможности – вещи, казалось бы, совершенно несовместимые. Вряд ли любое существо, познав столько тайн Вселенной, овладев способностью подчинять своей мысли живую материю, будет курить травку, зная, какие вредные воздействия этот наркотик оказывает на его организм, на его нервную систему, и, как следствие, на его возможности.

Отсутствие вредного воздействия НВ на организм

инопланетянина – это мечта, которую пытаются внедрить в наше сознание: «Эх, как бы было хорошо, если бы можно было получать удовольствие от НВ, и при этом тело и мозг не страдали. Пол – настоящий везунчик».

Однако в реальности, если гармония Вселенной действительно существует, то такие способности не будут даваться ни одному существу без надобности, без его устремления сделать этот мир действительно лучше, без его желания участвовать в создании всеобщей гармонии. В образе инопланетянина Пола наблюдается совершенно иная картина: у него есть какие-то свои личные устремления, он полностью самоустранился от каких-либо миссий и предпочитает развлекаться, а не заниматься важной работой.

Таким образом, несмотря на свою сверхразвитость, Пол, как и другие инопланетяне, приведённые выше, не попытался изменить ту систему, в которую он попал, в лучшую сторону, а встроился в неё, впитав все её главные пороки, которые являются дефектами нашей культуры, нежели её достоинствами. Но киношные пришельцы как раз это и ценят в нашей культуре, так как эти дефекты, якобы делающие нашу жизнь более весёлой, радостной и прекрасной, в их культуре полностью отсутствуют. В этом состоит суть придания наркотическим веществам статуса ценностной категории нашей жизни.

Продвижение НВ через изменение актёрского ампула.

По сути, этот метод является частным применением метода привязки НВ к образам положительных героев. Единственная причина, почему данный метод выделен в отдельную категорию, – это необходимость демонстрации определённого тренда, который явно присутствует в современном кино. Кроме того, этот способ привязки НВ к положительным персонажам очень показателен, позволяет продемонстрировать все подробности работы данной технологии продвижения определённых ценностей на деле.

Дело в том, что актёр – это изначально не какой-то положительный супергерой. Актёр – это обычный человек со своими слабостями, недостатками и пороками. В героя он превращается лишь на экране через роли, которые он играет. Но психика человека работает несколько иначе: видя на экране знакомое лицо, которое является лицом известного персонажа из какой-нибудь киноленты, человек тут же проецирует на него свое отношение не как к реальному человеку, а как к персонажу, которого он, возможно, уже неоднократно видел на экране.



Таким образом формируется авторитет актёра. Если актёр постоянно играет роли, которые отражают близкие вам архетипы людей или являются вашим эталоном для подражания, одним словом, импонируют вам, то вы искренне начинаете верить этому актёру, хотя бы потому, что он выбирает себе такие роли. Вам кажется, что актёр отчасти содержит в себе те черты, поступки, способности, которые он изображает на экране. Так актёр превращается в кумира. И вы невольно начинаете интересоваться его судьбой: его будущими ролями, его успехами и поражениями, его личной жизнью. Это вполне может и не быть какой-то манией со всеми сопутствующими атрибутами в виде постеров на стенах и т.д. Но если вы наткнётесь на какие-то новости об этом человеке, то отмечаете для себя их, выделяете из общей массы. Вам просто интересно, что происходит в его жизни.

И вот этот человек играет хороших персонажей, каждая его роль лучше предыдущей, вам всё больше и больше нравится его «послужной список», и вдруг он начинает играть другие роли, тоже интересные, но они немного не вписываются в ваши представления о нём: педерасты, наркоманы, алкоголики, проститутки, маньяки, параноики, просто откровенные фрики. И тут очень важно, как сработает ваше критическое мышление. Способны вы абстрагироваться от достижений этого медиаперсонажа и трезво оценить, что происходит, или нет? Возможно, вы начнёте его оправдывать, оправдывать его новые роли, рассуждать об этих явлениях, пытаться как-то встроить эти архетипы в своё миропонимание. Самое худшее, что может произойти, вы пойдёте вслед за своим кумиром. Он станет вашим проводником в мир порока и невежества. Вы начнёте подражать его новым персонажам, думая, что раз мой любимый актёр это делает, значит, всё это не так уж и страшно, как об этом говорят.

Таких примеров изменения амплуа известных актёров довольно много в западном кинематографе.

Элайджа Вуд – актёр, сыгравший Фродо в фильме «**Властелин колец**», за что и полюбился многим. Вспомните архетип этой роли: маленький крошечный хоббит заполучает кольцо, которое обладает огромной силой. Он отправляется в длинный путь, чтобы уничтожить его в кратере вулкана. При этом кольцо постоянно воздействует на него, на его психику, пытается склонить его на сторону зла, но он мужественно борется и с силой кольца, и с теми трудностями, которые появляются у него на пути.

Далее исполнил роли:

- янки в фильме «**Хулиганы**», где постоянно дерётся, проводит время в пабах, употребляя спиртное и т.д.

- маньяк в фильме «**Город грехов**», где отрезает головы всем, кто к нему попадает, в основном, девушкам.

- маньяк в фильме «**Маньяк**», где убивает девушек и снимает им скальпы.

- маньяк в фильме «**Хроники ломбарда**», где держит девушек в клетках, как животных.

- брата невесты в фильме «**Романтики**», где предстаёт перед публикой в совершенно непотребном виде, употребив изрядное количество спиртного. Далее принимает самое активное участие в воровстве спиртного, причём среди всех он выглядит самым пьяным.

Как видите, тема НВ, наряду с другими негативными

явлениями, начинает появляться в амплуа актёра.

Дэниэл Редклифф – актёр, сыгравший доброго, отважного волшебника Гарри Поттера. Следующая его заметная роль – это роль доктора в небольшом сериале «**Записки юного врача**», якобы по мотивам рассказов М.А. Булгакова. Роль очень неоднозначная. Теперь Редклифф играет в сценах, изображающих половой акт, употребляет морфий для снятия боли в животе, в конечном итоге превращается в наркомана. А по словам самого актёра, лучшей сценой он считает сцену в ванной, где он находится вместе с женщиной. Актёр прокомментировал это следующим образом: «Ещё бы, сидеть и думать, что мне завидуют все женщины на планете!». Тема продвижения педерастии – это отдельная категория, но в целом, как видите, использование авторитета известной медиаперсоны или изменение амплуа знаменитого актёра вполне подходит и для продвижения таких ценностей.

В следующем фильме «**Убей своих любимых**» Д. Редклифф играет педераста. Его роль – демон в фильме «**Рога**». Само амплуа демона уже не сулит ничего хорошего. Этот демон сводит с ума людей, постоянно курит, пьёт, выражается матом, ездит пьяным за рулём и т.д. Кульминацией актёрской деятельности экс-Гарри Поттера является роль зомби, страдающего метеоризмом, в фильме «**Человек – швейцарский нож**».



Следующий известный персонаж – актёр **Маколей Калкин**. После известных ролей в фильмах «**Один дома 1 и 2**», «**Богатенький Ричи**», он сыграл наркомана и педераста в фильме «**Клубная мания**».

Дэвид Духовны, сыгравший агента Малдера в «**Секретных материалах**», в «**Блудливой Калифорнии**» играет алкоголика и развратника.

Отчего это происходит? Люди, которые совсем недавно играли по-настоящему хороших парней, вдруг опускаются до уровня отбросов общества, психически нездоровых, ненормальных индивидов. И тут стоит вспомнить об одном интересном эксперименте.

Психологи собрали две группы испытуемых. И начали исследовать первую группу. Каждый из членов первой группы заходил в кабинет, где ему показывали портрет какого-то человека. Испытуемому объясняли, что этот человек – маньяк-убийца, он убил несколько десятков человек и был приговорён к высшей мере наказания. Затем испытуемому задавался всего один вопрос: «Смог бы он по каким-то внешним чертам лица данного человека определить, что тот злой убийца?». Испытуемому предлагалось порассуждать на эту

тему, высказать свои предположения, предчувствия и догадки. Почти все члены первой группы определили внешние признаки того, что данный человек является убийцей. Они отметили и его взгляд, и брови, и какие-то морщинки на щеках, носу, лбу, кто-то отмечал его причёску и т.д.

Затем в дело вступила вторая группа. Члены второй группы никак не контактировали с первой. Суть состояла в следующем: испытуемым, которые также по очереди заходили в кабинет, демонстрировали всё тот же портрет человека. Это был абсолютно тот же портрет, который показывали членам первой группы, но на этот раз говорили, что этот человек – не маньяк-убийца, а знаменитый учёный. Он произвёл настоящую революцию в области квантовой физики. После чего испытуемым задаётся тот же самый вопрос: «Смог бы он по каким-то внешним чертам лица данного человека определить, что тот всю свою жизнь занимался наукой?». И самое интересное в этом то, что люди из второй группы называли те же самые черты лица, что люди из первой группы, но придавали им совсем другие свойства. Теперь брови и лоб говорили об интеллекте данного человека, причёска указывала на его начитанность, интеллигентность и т.д.

О чём нам говорят результаты данного эксперимента? Они говорят о том, что человек никогда не мыслит абсолютно оторвано от реальности, он всегда опирается на какой-то опыт. Испытуемым сначала дали характеристику человека, указанного на портрете. Это и есть первоначальный опыт, который они получили в данной ситуации. Далее они уже действуют, исходя из полученного опыта. Из-за того, что у двух групп первоначальный опыт был различен, они придавали одним и тем же чертам лица совершенно разные свойства. Таким образом, даваемая ими оценка уже была необъективна.

Точно так же работает метод изменения амплуа актёра. Мозг человека не в состоянии полностью абстрагироваться от предыдущего опыта, поэтому, даже если актёр начинает играть отрицательные роли, человек во многом продолжает испытывать симпатии к его новому киногерою.

Приведённые выше примеры наглядно демонстрируют, что таким образом можно продвигать любые ценности: не только НВ, но и педерастию, разврат, садизм, насилие и т.д.

Можно подумать, что актёры специально выбирают для себя таких персонажей, чтобы, как говорится, действительно выйти из предыдущего образа и освободится от актёрской участи одной роли. Но в современном кинематографе актёр в большинстве случаев играет то, что ему говорят (можно, конечно, и отказаться – но ведь в следующий раз могут не позвать), так же как и режиссёр снимает тот фильм, на который дали денег, а не тот, к которому душа лежит. Тем не менее, есть и другие примеры на этот счёт.

Актриса Наталья Мурашкевич, сыгравшая Алису Селезнёву в советском фильме **«Гостья из будущего»**, отказалась от множества предлагавшихся ей ролей, чтобы не портить тот светлый образ своей знаменитой героини. К тому же постперестроечные кинопроекты делали ставку на «раздевание», а в этом вопросе Наталья была категорична.

Другой актёр **Алексей Гаврилов**, который играл Гошу

в сериале **«Универ»** и **«СашаТаня»**, ушёл из проекта. Одной из причин ухода актёра явилось увлечение ЗОЖ. Роль тунеядца и алкоголика Гоши идёт вразрез с его мировоззрением.

«Прочитав сценарий, я понял, что больше не могу поддерживать ту идеологию, которую пропагандирует мой герой. Он – ленивый тунеядец, злоупотребляющий алкоголем. А я совершенно другой человек, веду здоровый образ жизни и всех призываю к этому же. Ведь на моего героя смотрит молодёжь, а кто-то наверняка пытается ему подражать», – объясняет актёр свой отказ от участия в проекте.

Конечно же, в сформировавшейся телевизионной прослойке, такие случаи – это редкие искорки проблемки совести и нравственности. И, скорее всего, пока весь мировой кинематограф будет в первую очередь ориентироваться на финансовые показатели, этих искорок будет мало, и они, к сожалению, будут гаснуть. Вышеперечисленные известные актёры, которым пришлось поменять своё амплуа, наверное, тоже осознают, какой вред они наносят людям, предавая те светлые образы и нравственные ориентиры, которые они несли через свои положительные роли, но у них один выбор: либо играть всякую мерзость и продолжать сниматься, либо их известности суждено кануть в лету. Понятно, какой выбор большинство из них сделает. И это мы с вами должны понимать и объяснять детям, чтобы никакой актёр ни в коем случае не становился для наших детей авторитетом, и через него не продвигались среди молодёжи различные деструктивные ценности, в том числе и употребление НВ. Любой медиаперсонаж, будь то актёр, певец, футболист, модель – всего лишь люди, а то, что нам демонстрируют по телевизору – лишь сценический образ, не более того. Всегда помните об этом.

Product placement (расположение продукта)

Этот метод продвижения чего-либо (не только НВ) состоит в том, что определённый реально существующий продукт просто появляется в кадре как реквизит, как часть общей картины, как объект. Хорошо объясняется технология продакт-плейсмент в романе-сказке Н. Носова **«Незнайка на луне»**, 1965 года:

Газета нужна была ему не для прибыли, а для того, чтобы беспрепятственно рекламировать свои товары. Осуществлялась эта реклама с большой хитростью. А именно: в газете часто печатались так называемые художественные рассказы, причем если герои рассказа садились пить чай, то автор обязательно упоминал, что чай пили с сахаром, который производился на спрутсовских сахарных заводах. Хозяйка, разливая чай, обязательно говорила, что сахар она всегда покупает спрутсовский, потому что он очень сладкий и питательный. Если автор рассказа описывал внешность героя, то всегда, как бы невзначай, упоминал, что пиджак его был куплен лет десять-пятнадцать назад, но выглядел как новенький, потому что был сшит из ткани, выпущенной Спрутсовской мануфактурой. Все положительные герои, то есть все хорошие, богатые, состоятельные или так называемые уважаемые коротышки, в этих рассказах обязательно покупали ткани, выпущенные Спрутсовской фабрикой, и пили чай со спрутсовским сахаром. В этом и заключался секрет их преуспеяния...

Думаю, многие смотрели фильм «**Перевозчик**» с Джэйсоном Стэтхэмом в главной роли. В фильме он ездит на определённых марках машин: БМВ, Мерседес, Ауди. Причём главный герой не просто на них ездит – автомобили в этом фильме очень часто участвуют в погонях. Таким образом, создаётся положительный образ конкретных марок машин. В фильме французского производства «Такси» главный герой Даниэль закономерно ездит на автомобиле французского производства марки «Пежо».

Ещё один известный фильм, продвигающий определённую марку машин – фильм «**Бумер**». Использование автомобильного бренда в этом фильме – это продакт-плейсмент в чистом виде. Скажите, как много людей после просмотра картины захотели себе такую машину? Затем вышел «Бумер. Фильм второй», где главный герой уже катался на БМВ Х5. Сколько людей после просмотра этого фильма захотели себе БМВ Х5? А сколько из тех, у кого были деньги, их купили? Посыл здесь такой: на таких машинах ездят по-настоящему «крутые парни». Вот так это работает на деле. Хотя на основной сюжет марка автомобиля абсолютно никак не влияет.

Вообще, фильм «Бумер» очень показателен с точки зрения PR и применения продакт-плейсмента. Кинопрокат этого фильма затронул буквально все слои населения. Самые бедные разобрали фильм по цитатам и стали использовать в своих дворовых «разборках» лексикон его героев, все поголовно начали устанавливать себе характерную мелодию из «Бумера» на свои мобильные телефоны, те, кто побогаче, пересели на «бэхи». И все, «от мала до велика», стремились хоть как-то быть похожими на этих крутых парней, которые выживают в условиях суровой российской КРИМИНАЛЬНОЙ жизни. Всем захотелось ощутить вкус бандитской романтики.



В кино иностранного производства часто можно встретить использование гаджетов компании Apple в кадре – это также продакт-плейсмент. Таким образом формируется желание приобрести себе точно такой же товар, стремление использовать то, что якобы используют многие. В фильме «**Пятая волна**» главная героиня, когда собирает вещи, кладёт себе в рюкзак телефон марки Сони, и это не смотря на то, что телефоны уже не работают, и он ей, в общем-то, не нужен. Для чего она эта делает?

Если используешь продакт-плейсмент, то лучше товар представить в выгодном свете. Например, бутылка из-под какого-либо напитка, которую пинают ногой в кадре – это не очень хороший продакт-плейсмент, так

как человек как бы отталкивает от себя этот продукт, выбрасывает его, может быть, даже срывает злость на нём. А в случае главной героини фильма «**Пятая волна**» телефон выступает в роли надежды, надежды, что ещё всё может наладиться, и жизнь станет прежней, и связь начнёт работать – это хороший способ размещения продукта в кадре.

Конечно же, данная технология всюду применяется для продвижения алкоголя и табака, притом не обязательно даже для рекламы конкретных брендов, популяризируется в целом образ пьющего и курящего человека. Но нередко можно встретить и конкретные марки. Так, например, в кадре появляются различные бутылки с броскими этикетками названий алкогольных изделий, могут мелькать рекламные баннеры, постеры, вывески и витрины магазинов с соответствующей продукцией.

Естественно, все описанные методы очень редко встречаются в чистом виде. Как правило, это сочетание методик. Чем больше методов применяется для продвижения чего-либо, тем сильнее будет эффект воздействия.

Что делать?

Как гласит одно меткое выражение: «Нравственной или безнравственной науку делает человек».

То, что было рассказано о методах продвижения НВ – это научный метод, который, как видите, во многом подтверждён экспериментально. Соответственно, данный метод может быть использован для продвижения как деструктивных ценностей и программ, так и конструктивных. В одном случае мы имеем дело с безнравственным применением научного подхода, в другом – научный подход может стать генератором нравственности в обществе. Всё зависит от нас.

Поэтому в кино необходимо создавать совершенно иные образы героев. Положительные герои не должны иметь вредных привычек, и, желательно, иметь побольше полезных. Постоянно должны демонстрироваться примеры положительной трансформации персонажей, в том числе, через отказ от НВ. Создаваться ситуации, в которых герои, употребляющие НВ, будут представать перед зрителем в плохом свете.

Необходимо регулярно рассказывать о преимуществах трезвого образа жизни. Многие не задумываются о своём здоровье на 20 лет вперёд, поэтому помимо информации о большом количестве болезней, вызываемых НВ, надо давать и конкретные примеры пользы здорового образа жизни. Можно провести исследование, сколько в среднем курящий и пьющий человек тратит денег на НВ в месяц, в год, показать какая это огромная сумма, и как вредные привычки бьют по карману обывателя, объяснить, на что можно потратить высвободившиеся финансовые ресурсы. Главное – эти цифры должны шокировать.

Можно провести исследование и выяснить, что большинство знаменитостей и по-настоящему богатых людей не курят и не употребляют алкоголь, не говоря уже о более тяжёлых НВ, и увязать употребление НВ с бедностью и отсутствием перспектив преуспевания и карьерного роста. Полезно будет и опросить молодёжь на такую тему: «Какие девушки/парни вам больше нравятся: курящие или некурящие, пьющие или непьющие,

курящие и пьющие или спортсмены? Как вы относитесь к тому, чтобы ваш будущий муж курил, употреблял алкоголь или «лёгкие» НВ? И т.д.» Результаты теста обнародовать и максимально распространить, в первую очередь среди молодёжи. Обязательно указать на то, что курящие и пьющие девочки и мальчики пользуются гораздо меньшей популярностью у противоположного пола.

Необходимо корректировать кинообразы солдат, полицейских, пожарных, медицинских работников и всех других профессий. Понятие профессионализм и НВ надо показывать как несовместимые вещи. Курящие женщины вообще должны исчезнуть с экранов. Можно также показать, что многие выдающиеся учёные никогда не употребляли НВ, демонстрировать примеры исцеления в результате отказа от НВ и т.д.

В первую очередь, необходимо доносить всю эту информацию до молодёжной аудитории. В сериалах надо показывать, что девушки отдают предпочтение некурящим и непьющим парням, и парни поступают аналогичным образом в выборе своей второй половины. Для того, чтобы это всё не выглядело противостественным и утопичным, можно сначала подавать это всё в форме юмора и создавать более сложные сюжеты, в которых сама ситуация и события делают победителями трезвых людей, а те, кто добровольно отравляют себя, наоборот, проигрывают.

Должны сниматься фильмы о том, как живут трезвые люди, чем они занимаются в свободное от работы время, как отдыхают, как веселятся, как проводят время со своими родными или друзьями и т.д. Наконец, должны создаваться художественные фильмы с сюжетами трезвого проведения праздников. Например, очень много картин снято на тему Нового года, но почти все они так или иначе привязаны к теме выпивки. Одну картину сегодня мы уже вспоминали – это «Ирония судьбы или с лёгким паром». Однако Новый год – это же настоящее волшебство, а волшебство – это самая плодородная почва для буйства фантазии. Неужели это буйство фантазии неспособно противостоять какой-то бутылке с отравой? Конечно, способно. Поэтому нужно создавать совершенно другие картины. Пусть лучше будет на экране волшебство, чем пьяные лица.

Таким образом, НВ постепенно будут наделяться совершенно иными свойствами: НВ = бедность, болезни, отсутствие ума, отсутствие популярности у противоположного пола и так далее.

Необходимо действовать и на историческом приоритете. Постоянно демонстрировать известных исторических персонажей, которые не употребляли алкоголь и табак. Хороший пример – **фильм «Иван Поддубный»**. Кстати, подобных примеров на Руси хватало. Очень много информации о русских силачах представлено в книге «Истоки атлетизма. Секреты богатырства» авторов В. Лаврова, Ю. Шапошникова, изданной в 1989 году. Неплохо было бы популяризировать подобных персонажей в нашем медиапространстве.

Также нужно постоянно освещать менталитет наших предков в отношении к НВ: упоминания о русском антиалкогольном бунте; мизерное количество спиртного, употребляемого на душу населения триста лет назад; неудачные попытки внедрения водки на Руси и т.д. Также нужно освещать исторические сюжеты не только из

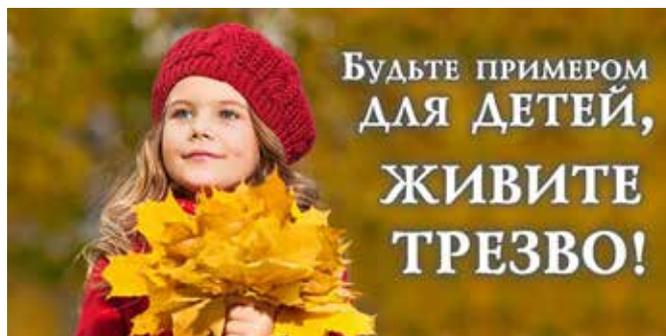


отечественной истории, но и мировой, прославляющие трезвость и здоровый образ жизни. Хорошо, например, в этом смысле сюжет **«300 спартанцев»**, но только в контексте демонстрации спартанского образа жизни, который и превращал всех мальчиков Спарты в настоящих мужчин, воинов, защитников своего отечества.

Представления о нашем прошлом неизменно влияют на наше будущее. Изменение этих представлений в отношении того, что русский народ всю свою историю употреблял большое количество алкоголя в сторону того, что русский народ – исторически был одним из самых трезвых народов мира, неминуемо будет влиять на нынешнюю обстановку в обществе.

В музыке необходимо заниматься популярными в среде молодёжи музыкальными направлениями. Соответственно, популяризировать артистов, прославляющих личным примером и своим творчеством традиционные ценности, трезвость, ЗОЖ, выступающих против НВ, разврата, извращений и прочей гадости.

Ещё одна очень важная вещь, о которой пока мало говорится – и это большой изъян в информационной борьбе против НВ. Речь идёт об образе жизни трезвенника. Необходимо разработать и предложить вариант трезвой жизни для среднестатистического россиянина со средним достатком (то есть он не может два раза в год ездить по курортам, свободно посещать Алтай, Байкал, Эверест, Карелию, кататься на сёрфинге где-нибудь на Гоа или на горных лыжах в Альпах и т.д.). Именно **СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО**, потому что трезвость должна стать нормой жизни именно для широких масс населения.



Конечно же, многие из этих идей в большей степени относятся к работникам СМИ, киноиндустрии прочих творческих профессий. И, так как они в первую очередь зарабатывают себе на хлеб, а только потом думают о последствиях своего творчества, то, скорее всего, с

этой стороны вряд ли что-то получится кардинально изменить в самое ближайшее время. Но, надеемся, до кого-нибудь из них дойдёт эта информация, и они воспользуются этими наработками для изменения нравственного облика нашего общества.

Вопрос состоит в том, что делать нам, простым людям? В фильме «Великая тайна воды» проводился интересный эксперимент. Поставили три сосуда с водой, на дно которых положили рис. Одному сосуду каждый день говорили только хорошие слова, другому – только плохие, третий сосуд полностью игнорировали. В итоге смесь риса и воды в первом сосуде приобрела приятный сладковатый запах, во втором сосуде смесь покрылась плесенью, смесь в третьем сосуде начала гнить и издавать зловонные запахи. Хуже всех ситуация оказалась с сосудом воды, которому не уделяли внимания! Таким образом, именно наше внимание имеет в этом мире наибольшую ценность.

За что платят рекламщики телеканалам? Они платят за рейтинги, то есть за наше с вами внимание. Если мы это не смотрим, то рейтингов не будет. Даже если эти рейтинги будут подтасовывать и продолжать показывать нам весь этот информационный мусор, если мы это не смотрим, то эффекта от их трансляций не будет никакого. Более того, мы перестанем, наконец, отдавать им энергию своего внимания, и их деятельность, как в эксперименте с водой, начнёт гнить и издавать зловонные запахи.

Поэтому необходимо делать следующее:

1. Конечно же, в первую очередь надо повышать свою медиаграмотность – то есть учиться выявлять цели, на достижение которых работают популярные фильмы, мультфильмы, журналы, песни и т.д. Для этого можно использовать статьи и видеоролики проекта Научи хорошему, так как формирование навыков критического мышления и осознанного восприятия любой информации с позиции ответа на вопрос «чему это учит?» и служит главной целью, на которую так или иначе работают все материалы проекта. Лишь когда мы научимся отделять «зёрна от плевел», мы будем способны вырастить хороший урожай.

2. Желательно убрать из дома телеВИДЕНИЕ. Так как пока вы смотрите телевизионные трансляции, вы не управляете информационными потоками в своём маленьком мире, ими управляет кто-то другой.

3. Если убрать телевидение из своей жизни полностью не получается, то необходимо максимально ограничить его присутствие и количество вредоносного контента. Сейчас много научно-познавательных каналов и программ, смотрите их, даже если вам поначалу это не очень интересно, и вы привыкли к различным сериалам, ток-шоу, юмористическим программам и т.д. В итоге, возможно, вы втянетесь, найдёте то, что вам по вкусу, и, насколько это возможно, обезопасите себя и свою семью от вредного влияния СМИ.

4. Если удалось убрать телевидение, то сами занимайтесь подбором медиаконтента для своих детей. Если дети маленькие и пока не совсем осознают, что хорошо, а что плохо, то лучше им вообще не показывать фильмы и мультфильмы сомнительного содержания. Если таковые попадают (сейчас «чистых» продуктов очень мало), то обязательно просматривайте их

вместе с детьми, объясняйте, что там хорошо и что плохо, чтобы у детей формировалось определённое отношение к этим вещам. Если дети более взрослые, то тут ситуация сложнее, так как управлять потоками информации, поступающими в их мир, становится гораздо труднее. Путём запретов больших результатов не добьёшься, дети быстро учатся лгать, притворяться, поэтому необходим другой подход. Самый идеальный вариант – предлагать альтернативу, демонстрировать, что есть и другой образ жизни без алкоголя и сигарет, что есть люди, которые занимаются спортом, ходят в походы, путешествуют, что-то изобретают, чего-то добиваются в жизни. Одним словом, нужно попытаться привить детям иную мотивацию и ценности, тогда, возможно, их удастся оградить от того, что на них сыпется.

5. Больше читайте и прививайте интерес к чтению своим детям. Но с литературой также надо быть аккуратным. Не читайте что попало. Не тратьте своё внимание на информационный мусор. Тут стоит обратить внимание на классику. Причём необязательно сразу браться за Достоевского и Толстого. Есть множество общепризнанных произведений жанров фантастики и приключений, романов о любви, детской литературы и т.д.

6. Всех тех, кто занимается популяризацией традиционных ценностей, ЗОЖ и т.д. необходимо всячески поддерживать в информационном плане. Для простых людей самым доступным способом такой поддержки является интернет: репосты, публикации в группах и на своих страницах в социальных сетях, статьи в блогах, видеорецензии, ролики и репортажи на ютубе, освещающие данную проблематику, отзывы, лайки – в общем, весь инструментарий, который на данный момент предлагает глобальная сеть.

7. Объединяйтесь. В единстве наша сила! Ищите таких же людей в своём городе, создавайте вокруг себя нужное окружение, чтобы сохранить свой здоровый образ жизни. Поверьте, мудрость «скажи мне кто твой друг, и я скажу кто ты» – это не просто слова. Хотим мы того или нет, но мы – часть этого общества, и полностью оградиться от него стеной не получится. К тому же, если вас много, то легче организовывать досуг, праздники, совместные туристические походы, поездки и т.д. Круг единомышленников способен на поистине настоящие свершения. Вполне возможно, что у вашего объединения, наконец, созреют какие-то идеи и цели, которые захочется реализовать. Если в реальности найти людей с общими интересами трезвого образа жизни не получается, объединяйтесь в интернете и социальных сетях. Общайтесь, дискутируйте, обменивайтесь полезным контентом. Сейчас много организуется трезвых мероприятий в других городах, которые можно посетить и обзавестись там уже не виртуальными, а реальными друзьями или в реале встретиться с теми, с кем уже давно общаетесь в интернете.

8. Есть одна английская поговорка: «Не пытайтесь воспитывать своих детей – всё равно они будут похожи на вас, поэтому воспитывайте себя». Для ребёнка вы всегда будете номер один среди авторитетов. Вы – самый наглядный пример для подражания, и от того, как вы будете себя вести, что делать в жизни, будет зависеть то, каким будет ваше чадо. Если вы днями лежите на диване и смотрите телевизор, то вряд ли вы в праве

требовать чего-то иного от своего отпрыска. Если вы употребляете алкоголь, курите, то вряд ли вам удастся оградить от этого своих детей.

9. Прививайте своим детям интерес к творчеству. Пусть хоть оригами или макраме занимаются, лишь бы не маялись от безделья. Загружайте их свободное время различными секциями, кружками, благо сейчас таких хватает. Это очень организует деток, делает более ответственными к своему свободному времени. Но не заставляйте детей заниматься тем, что им не нравится, и не перегружайте, иначе деструктивные формы поведения могут возникнуть, как протест на ваши требования. Ищите то, что детям по душе, оставляйте им немного свободного времени на себя и на свои шалости.

10. Естественно, праздники должны быть трезвыми. И тут могут быть сложности, так как вас могут позвать к себе на праздник родственники, друзья, коллеги по работе. Постоянно отказываться – значит, вести затворнический образ жизни. Поэтому необходимо отвечать на такие приглашения положительно. При посещении таких застольных мероприятий не бойтесь открыто демонстрировать свой отказ от спиртного, пусть все знают, что вы не пьёте вообще. И ваши дети пусть видят, что вы при своём трезвом образе жизни легко чувствуете себя в любой компании, а не выглядите отшельником и белой вороной. Не надо занудствовать по поводу вреда алкоголя. По-

верьте, всем, кто в данный момент его употребляет, это не понравится. Отвечайте какой-нибудь загадкой, это гораздо больше заинтригует и зажжёт интерес к этой теме: «Дело не во вреде алкоголя, не пью по своим определённым соображениям. Посмотрите лекцию такого-то профессора, если вам интересна эта тема. Алкоголь мешал мне в мотивации, в самореализации, в общении с противоположным полом и т.д.» Ничего конкретного отвечать не надо: никаких фактов, аргументов и умозаключений.

Ну, и последний общий совет: больше проводите времени со своими детьми, искренне интересуйтесь тем, что происходит в их жизни – послушайте их музыку, посмотрите их фильмы, почитайте их паблики в соцсетях. Пусть вам это не очень нравится, но вы должны знать, в каком мире живут ваши дети, чтобы уметь правильно реагировать и направлять их в нужное русло, в русло трезвой и здоровой жизни.

Олег Ищущий

Рекомендуем ознакомиться с видеобзорами

Методы пропаганды алкоголя средствами кинематографа

Пропаганда алкоголя на российском телевидении

Пропаганда наркотиков в кинематографе

<https://whatisgood.ru/theory/media/propaganda-alkogolya-tabaka-v-kinematografe/>

Психолого-физиологические основы лечения наркомании по методу Г. А. Шичко

Материалы первой американо-российской конференции по преодолению зависимостей и формированию трезвого образа жизни 23-27 июня 2000 г., г. Сидар-Сити (Юта, США)

К концу XX века пьянство, табакокурение, употребление наркотиков в «новой России», вставшей на путь рыночной экономики, достигло апогея. Это социальное бедствие, осознанное русским народом, востребовало разнообразную помощь: начиная от официальной (традиционной) наркологии до нетрадиционных, отвергаемых доктриной тоталитарно ограниченного официоза направлений целительства. В разряд нетрадиционной помощи наряду с не поддающимися научному анализу методами (лечение помимо воли наркомана или алкоголика воздействием на его фотографию, экстрасенсорное воздействие профессионально некомпетентных в наркологии лиц, в ряде случаев даже лиц психически больных и т.п.) или противоречащими духовным традициям народа способами лечения, попали на первых порах и вполне научно объяснимые, имеющие глубокие народные корни, направления лечения, например, метод «целебного зарока». Несмотря на недоверие к научной обоснованности этого метода, его идея успешно защищалась в серии исследований, в том числе и диссертационных (Григорьев Г. И., Кузнецов О. Н.).

Глубокие научные корни есть и у метода, используемого в «Оптималисте» и являющегося творческим развитием идей замечательного отечественного ученого Г. А. Шичко. Как показала дискуссия на Втором

антиалкогольном съезде «Россия: трезвый путь» (20-23 октября 1995 г.), идеи Шичко вполне понятны и близки широкому кругу прогрессивно настроенных наркологов, озабоченных волной наступающего одурманивания народа. На съезде же выявились причины, почему такой прагматически эффективный метод встречает настороженное, а иногда и прямо недоброжелательное отношение у определенных групп наркологов. Как правило, оно объясняется или отсутствием медицинского ядра в обществе «Оптималист» или якобы вторичностью, заимствованностью (отсутствием оригинальности) метода. Оба эти обвинения несостоятельны и являются заблуждением вследствие недостаточной информированности критиков о существовании метода. В данном сообщении мы поставили задачей объяснить психолого-физиологические основы метода, подчеркнув его самобытность и оригинальность, и одновременно открыть для читателя внутренние связи его с психологией, педагогикой и медициной.

Становится все более очевидным, что проблема здоровья, как соматического, так тем более психологического, выходит за рамки медицины, вплотную касаясь педагогики, воспитания мировоззрения человека. При этом связывает педагогику и медицину психология. Согласно валеологии, науке о здоровье, развиваемой В. П.

Петленко, учитель, врач и священник как «три великих наставника определяют телесное и духовное здоровье человека». Это полностью относится к проблемам пьянства, табакокурения и употребления наркотиков. Для Г. А. Шичко пьяница - прежде всего жертва современного разложившегося общества. Сам он исходно не виноват, его «запрограммировали» с детства, приучили, вынудили. Он поддался давлению общества и окружения, дурным примерам, рекламе, пропагандирующей яд всеми средствами массовой информации.

Г. А. Шичко шел к своему методу сложным, уникальным путем. Участвуя в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. в качестве командира и политработника, он убедился в значении проникновенного слова старшего для перестройки мировоззрения личности, создания необходимых для участника боя отношений и установки личности. Это снимало страх, вселяло уверенность в победе, создавало из новобранца – солдата, защитника Родины, интернационалиста, верящего в правоту своей миссии и свои силы. Как командир, имеющий философское, а, следовательно, в какой-то степени, психологическое образование, он увидел, наблюдая за военнослужащими, за которых он отвечал, как эта традиция, возникшая в ходе войны и всячески поддерживаемая средствами массовой информации, стала приносить страшные плоды. Воспеваемые в песнях и стихах военного времени водка и спирт нередко превращали человека в бешеного, неуправляемого зверя. Это стало особенно заметно в конце войны и первые послевоенные годы. (Так, один из нас – О.Н. Кузнецов – в 1949 г. вместе с другими товарищами был призван в кадры вооруженных сил из клинической ординатуры по закрытой директиве замены спившихся офицеров в частях Дальнего Востока, противостоящих американской экспансии в Корею).

После войны Г. А. Шичко, обогащенный опытом военных лет, осознавший пагубность массовой тяги к вину, попадает в сложный по социально-психологическому микроклимату, но богатый глубоко мыслящими физиологами школы И. П. Павлова Институт экспериментальной медицины в Ленинграде. Здесь, совмещая партийную работу с научно-исследовательской, он работает под руководством таких выдающихся ученых, как П. С. Купалов и Д. А. Бирюков. С помощью Купалова он входит в проблему экспериментальных неврозов, у Бирюкова получает наиболее современные, близкие к передовой психологии представления о соотношении сигнальных систем отражения действительности. Дополнив с их помощью недостаточные до этого фундаментальные знания по физиологии высшей нервной деятельности, он отличается от биологически ориентированных учеников второго поколения павловской школы, врачей по образованию, глубоким пониманием психологии за счет университетского образования и военного опыта работы с людьми. Поэтому материалы выполненной им в 1956 г. кандидатской диссертации «К вопросу о высшей нервной деятельности взрослого человека» публикуются не только в изданиях физиологического профиля, но и в журнале «Вопросы психологии».

В 1969 г. выходит его фундаментальная монография «Вторая сигнальная система и ее физиологические механизмы», где помимо богатого эксперименталь-

ного материала восхищает эрудиция автора, глубина самостоятельной мысли и следование наиболее перспективным направлениям как отечественной, так и мировой науки. Ведь его мысли «Человек является самым сложным и трудным объектом научного познания. Как объект физиологического изучения он... позволяет получать многие важные и интересные данные, которые недоступны исследователю, занимающемуся нервной деятельностью животных...» (с. 3), с которых начинается книга, очень близки идеям классика отечественной психологии Б. Г. Ананьева, изложенным в его фундаментальном труде «Человек как предмет познания». Вместе с тем, Г. А. Шичко идет по пути тех, кто наполнял павловское понятие «вторая сигнальная система» конкретным научным содержанием.

Поражает, что оканчивается эта казалось бы сугубо теоретическая книга провидческими замечаниями, прямо относящимися к методу, носящему его имя и оказавшимися основой деятельности общества «Оптималист» в преддверии XXI века: «... Слово может быть использовано и для выработки у человека, особенно у ребенка, психоиммунитета, т.е. отрицательной настройки по отношению к раздражителям, применение которых приводит к появлению вредных привычек (курение, алкоголизм, наркомания), а также по отношению к аморальным поступкам, к вере в сверхъестественное и т.п. Вопрос о возможностях и приемах использования в интересах практики целенаправленных воздействий на вторую сигнальную систему является большим и чрезвычайно важным вопросом». Он... находится на стыке многих наук: физиологии, психиатрии, педагогики и некоторых других. Серьезная и проводимая в широком плане его экспериментальная разработка может существенно повысить эффект лечебных и воспитательных мероприятий... С его успешным разрешением... может справиться специальная наука; задачей, которой должны быть синтез знаний, накопленный клиникой, школой, физиологией, психиатрией, педагогикой и социологией, и использование их для организации целенаправленного изучения различных воздействий на человека, вскрытие механизма и изыскание наиболее аффективных форм этих воздействий и внедрение их в практику лечебных и воспитательных учреждений. Эта наука... уже стоит у двери жизни и, можно думать, в ближайшее время... активно включится в борьбу за человека, за его физическое и нравственное здоровье» (с. 212). Наука эта через деятельность общества «Оптималист» и другие эффективные методы современной психотерапии завоевывает все больше сторонников, находит широкого потребителя в обществе рыночных отношений России XX века. Назовем мы ее «психопластикой» или «психопластикологией», как предлагал Г. А. Шичко, или кто-нибудь предложит более емкое и точное ее название, но все равно этот замечательный ученый и психотерапевт окажется среди тех, кто разрабатывал ее основы.

Во второй монографии (оставшейся к сожалению в черновиках) «Вторая сигнальная система и познавательная деятельность» Г. А. Шичко планировал отразить именно эти вопросы.

Пути борьбы с алкоголизмом в общественном мнении отражаются в виде двух противостоящих социально-психологических идей: абсолютной трезвости

населения и «культурного» пьянства. Для вылеченного больного алкоголизмом режим абсолютной трезвости – единственная надежда на спасение. К сожалению, в послевоенном СССР культивировался образ обаятельного пьющего, как противопоставление бюрократизму и бездушию. Если в фильмах Александра «Веселые ребята», «Цирк», «Волга-Волга», «Весна» и близким к ним по обаянию лентах «Сердца четырех», «Музыкальная история», «Антон Иванович сердится» и многих других музыкально-комедийных кинокартинах счастье было вне вина, а пьющие, вроде Керосинова, выглядели нравственными подонками, то у лучших режиссеров комедийных фильмов послевоенного времени опьянение выглядело как бы осуществлением счастья. Вспомним «Карнавальную ночь», «Гусарскую балладу», «О бедном гусаре замолвите слово», блистательную «С легким паром». В этих фильмах сцены опьянения и сами пьяные герои вызывают у нас добрую улыбку. Филиппов и Мягков, Грибов-Шмага в «Без вины виноватых» с присказкой: «Наше место в буфете», так же как обаятельный Паратов в трагическом «Жестоком романсе» (фильме по драме А. Н. Островского «Бесприданница»), знаменитая тройца Вицин, Моргунов, Никулин закрепляли в общественном мнении легенду о пьяном счастье. И нам кажется, что именно показ трезвого счастья и любви в музыкальной комедии Пырьева «Кубанские казаки» сделал из автора оптимистической кинооперетты «мальчика для битья».

Ничто не смогло остановить подъем употребления алкоголя, даже государственный декрет об ограничении употребления спиртного, изданный в последние дни советской власти, только подтолкнул в пропасть прогнивший режим. Зато пришедшая на смену ему популистская демократия сделала спиртное относительно самым дешевым и доступным изделием. И в этом апофеозе «счастливого пьянства» проступает четко аргументированная мысль о возможности и целесообразности трезвого образа жизни, который должен воспитываться с детства. Трезвый образ жизни противопоставляется не только пьянству, но и «культурному» употреблению алкоголя. В заделах Шичко и в продолжении его исследований обществом «Оптималист» есть интересные психолингвистические наблюдения. Оказывается, современные дети ассоциируют праздник с алкоголизацией, проявляя уже в дошкольном возрасте большую осведомленность в ассортименте спиртного, начиная от шампанского до самогона включительно. В обществе «Оптималист» сознательно не пользуются термином «спиртные напитки», так как питательного для человека в них нет. Термин «зелье», употребляемый вместо этого, подчеркивает ядовитость, опасность рекламируемых веществ. Такое внимание к слову, его формирующему влиянию на психику, личность, в частности на отношение, установку на трезвость выделяет метод Г. А. Шичко прежде всего как психолингвистический.

Работы Д. А. Бирюкова, наиболее близко и глубоко раскрывшего психологические характеристики второй сигнальной системы по И. П. Павлову и тем самым с биологической стороны подошедшего к пониманию структуры слова в культуре, с одной стороны, и труды великого психолога из филологов Л. С. Выготского и его школы, дали Шичко и «Оптималисту» могучее орудие

по воспитанию человека в режиме трезвости, отбросив алкоголь, табак и наркотики как вредные, неприемлемые в цивилизованном обществе привычки. «Оптималистом» был восстановлен в ротопринтном варианте дореволюционный учебник трезвости. Все пять книг о телеологии для 7-11 классов средней школы «пронизаны борьбой за здоровый образ жизни, за трезвость». По Л. С. Выготскому, Д. А. Бирюкову и Г. А. Шичко значение, смысл детских слов (и не только детских, но и взрослых) в течение жизни меняется и развивается. Процессы, приводящие впоследствии к образованию понятий, уходят своими корнями глубоко в детство, но только в переходном возрасте вызревают, складываются и развиваются те интеллектуальные функции, которые в своеобразном сочетании составляют основу процесса образования понятий. Причем аффективно-волевая стадия развития словообразования сменяется активным овладением символикой слова.

В отличие от своих предшественников В. Штерна, К. Бюлера, Е. Меймана, Э. Иенша, Л. С. Выготский показал, как первичная индикативная функция слова, указывающая на отдельные признаки предмета, у детей переходит в сигнатурную, когда слово достигает уровня житейского понятия: «... Это отнесение слова к известным признакам мы можем изучать... наблюдая, как воспринимаемое, выделяясь и синтезируясь, становится смыслом, значением слова, становится понятием, затем – как эти понятия расширяются и переносятся на другие конкретные ситуации и как они осознаются. Образование понятия возникает всякий раз в процессе решения какой-нибудь задачи перед мышлением...» (т. 2, с. 182).

Важно, что его исследования раскрыли: «... Значения слов развиваются. Открытие изменения значения слов в их развитии есть то новое и существенное, что... позволяет впервые окончательно преодолеть лежавший в основе прежних учений о мышлении и речи постулат о константности и неизменности значения слов» (Там же, с. 297-298).

Применяя эти теоретические положения к фактам, наблюдавшимся учениками и последователями Г. А. Шичко в детском саду, можно отметить ряд моментов, показывающих опасность концепции «культурного» пьянства для подрастающего поколения. Слово «праздник» естественно для каждого ребенка ассоциируется с радостью (причем радостью, заимствованной из общения со взрослыми, т.е. взятой из окружающей их культуры). Поразительно и страшно, что дошколята при игре в праздник разыскивали среди игрушек предметы, похожие на бутылки и стаканы, называли их «сампонское» или «самагон», чокались стаканами как взрослые. Вот какой опыт ассоциируется с праздником в наше время у тех, кто еще только готовится к школе! При этом не секрет, что дети присутствуют не только на взрослых праздниках с пьянкой, но и их собственные праздники, дни рождения, нередко оказываются поводом для легальных пьянок взрослых родственников и близких.

В противоположность этому вспоминаются собственные праздничные ассоциации нашего предвоенного детства. День рождения – это гости, дети-сверстники, как друзья из класса, так и те, кто приезжал из дальних районов города, чай с бутербродами с сыром и вареной колбасой, конфеты, театрализованные шарады и дру-

гие игры, требующие воображения и дающие возможность проявить выдумку и индивидуальность, нарядные платяца девочек и, конечно, подарки - настольные игры и книги. Праздник, в котором дети предоставлены общению друг с другом, а взрослые незаметно помогают в этом, даря им радость. И уже простые домашние вечерние праздники. Мама за пианино, папа поет мягким лирическим баритоном «Рассвет» Леонкавалло, арии князя Игоря из одноименной оперы и Жермона из «Травиаты», матовые электрические свечи отражают ноты и так уютно и тепло на этом маленьком празднике для троих!

А сколько было доступных зрелищных праздников для детей! Два ТЮЗа в Ленинграде, Кировский (Мариинский), Малый оперный и Пушкинский (Александровский) театры с дневными спектаклями, летние гастроли московских детских театров в саду Дворца пионеров дарили радость детям в былые времена. Причем именно театр, спектакль, а не буфет и тем более выпивка в нем, составляли детскую радость в театре, которая предчувствовалась до посещения и переживалась после него. Да и сам Дворец пионеров, расположенный в красивейшем здании города, таил так много интересного. Залы, полные увлекательных разнообразных игр. Комнаты, украшенные фресками палехских художников на сюжеты сказок Пушкина и Горького... Кто-то из детей попадал в кинозал, а кто-то и на концерт, причем на концерт, в котором можно было увидеть в качестве конферансье молодого Аркадия Райкина. И на всю жизнь запомнился рассказ о том, как вор забрался в квартиру и, встретившись с ручным медведем, сам позвонил по телефону в милицию... А разве можно забыть концерты-монографии, посвященные Пушкину и Лермонтову, где среди исполнителей были артисты такого ранга, как великая Уланова!

Помнятся и общие революционные праздники: 1 мая и 7 ноября – это оживление на улицах, воздушные шары, веселая музыка из репродукторов, бумажные раскидайчики и цветы, люди на демонстрацию с песнями и плакатами. Пасха и Рождество, торжественные службы в немногих оставшихся открытыми церквях города. Творожная пасха и крашеные яйца, и елка со свечками. И какая была радость, когда елка вновь стала официально одобренным символом Нового Года, и распущенных на зимние каникулы учеников приглашали на первую общую елку! А пионерские сборы, костры – все это нередко превращалось в настоящие праздники, запоминавшиеся иногда на всю жизнь. Радостно было стать подписчиком детской газеты, журнала «Костер», в котором печатались увлекательные «Два капитана». А последний перед войной праздник, устроенный энтузиастами во Дворце пионеров, детская экспедиция по изучению Ленинграда, целью которой было создание первого пионерского музея в городе – как много радости подарила она ее юным участникам! А прекрасный сюрприз – юбилей старейшей учительницы младших классов Е. А. Угринович в театральном зале Юсуповского дворца, вместе с поистине праздничными и оптимистическими спектаклями «Дворянское гнездо» в Пушкинском театре и «Двадцать лет спустя» в Новом ТЮЗе перед самой войной!

Воспоминание об этом помогло нам достойно выдержать все испытания. И все эти многочисленные

памятные праздники проходили без вина, в трезвой радости, хотя неожиданные аресты у знакомых, очереди за продуктами заставляли тогда задумываться и детей – все ли в жизни так благополучно, как бывает на праздниках. Но стремление к трезвой радости праздника, где вино мешает ее полноте, а пьяные выглядят инородными телами, закрепило у тех, чье детство проходило в семьях с трезвым образом жизни, недоверие по отношению к пьяным и к водке. Это отношение представителей нашего поколения хорошо отразил в романе «Бессонница» писатель-фронтовик А. А. Крон. Он «психологически точно и тонко отметил, что водка мешает ему работать и он не становится от нее ни веселее, ни искреннее. Он справедливо замечал: «... Пьяный не лишен соображения, часто он и пьет затем, чтобы ему стало дозволено то, что не положено трезвому. В силу не вполне понятных мне причин пьяные пользуются у нас некоторыми льготами и умело их используют, бестактность принимается за откровенность...» (т. 2, с. 69-70).

Можно подумать, что соображения о радости трезвых праздников относятся только к столицам, городам такого масштаба, каким был в наше время Ленинград. Но достаточно обратиться к педагогическому опыту А. С. Макаренко, чтобы убедиться: такие чистые праздники имели самые обездоленные дети в колониях для беспризорных. Это и культпоход на кинофильмы «Чапаев», и окончание работ, и прием новеньких. И для воспитанников Макаренко праздник всегда являлся общей трезвой радостью, как бы он не назывался. Хочется вспомнить строки из его письма к А. М. Горькому: «Наш день – это строгий до минуты трудовой комплекс. Но почему-то он у нас всегда проходит со смехом и шутками. Особенно оживляемся мы в дни великих праздников. Между ними мы имеем наши собственные праздники. День первого снопа, когда мы первый раз выезжаем в поле с жнейками, и День первого хлеба, когда выпекается первый хлеб из собственного зерна. На эти праздники к нам приезжает много гостей из села, Полтавы и Харькова. Зато 26 марта в день Вашего рождения, мы не приглашаем никого. Нам всем это страшно нравится. Колония вся украшается флагами и зеленью (сосны у нас свои). В столовой белоснежные скатерти. Все в праздничных костюмах, но ни одного чужого человека. Ровно в 12 часов к Вашему портрету торжественно выносятся знамя, и вся колония до единого человека усаживается за столы. Всегда в этот день у нас печется именная пирог. Произносятся короткие, но горячие душевные речи. В этот день мы ежегодно повторяем: «Пусть каждый колонист докажет, что он достоин носить имя Горького». Обед заканчивается множеством сладостей - это единственный день, когда мы позволяем себе некоторую роскошь. Знамя у Вашего портрета стоит до вечера, и возле него меняется почетный караул из воспитанников и воспитателей. На меня, как заведующего, возложена особая честь – нести караул последнему. Вот и все. Наши хлопцы, если припоминают что-нибудь, то обыкновенно говорят: «Это было до именин или после именин». Вечером в театре мы все эти 4 года ставим «На дне». Говорят, что хорошо выходит. Пьесу мы знаем почти на память» (т. 7, с. 316-317).

Следует заметить, что в педагогике Макаренко,

благодаря реальному проведению коллективистских принципов, отсутствию привилегий и личной одинаковой требовательности не только по отношению к колонистам, но и к воспитателям, включая самого заведующего, понятия социализма и коммунизма у воспитанников были содержательны и близки к идеальным. Получение личной радости шло только через коллектив и достигалось в совместном творческом труде. Поэтому полностью исключалось развитие лицемерного расхождения между словом и делом, которое разъело мораль советского общества и привело к его краху. Уже в 1966 г. на XVIII Международном конгрессе в Москве в докладах по совместному американско-советскому эксперименту детских психологов, проведенному в школах обеих стран, на наш взгляд, проявились лицемерие наших школьников, которое очевидно и объясняло разницу в полученных результатах. Американские школьники, разрешая в ситуационных задачах противоречия между взрослыми и детьми, защищали интересы сверстников, тогда как наши дети решали их на словах в пользу требований взрослых. Трезвые праздники радости, являющиеся основным воспоминанием детства, предохраняли, защищали от зеленого змия и в послевоенное пьяное время. Для тех же, у кого этих праздников в детстве не было, или последующая тягостная и несправедливая, лицемерная жизнь затмила воспоминание радости ранних лет, «культурное» пьянство оказалось единственным источником радости, к которой они невольно приобщали своих сыновей и дочерей. Причем, если беспробудное патологическое пьянство, алкоголизм родителей иногда еще могли оттолкнуть детские души, то «культурное» пьянство действовало намного коварнее – медленно, но верно приучая их к пьяной радости, как единственно достойной и достижимой цели.

Рассматривая вопрос о значении цели в жизни, великий русский педагог К. Д. Ушинский указывает, что единственным исключением из врожденных стремлений избегать страданий является стремление к деятельности. Неудовлетворяемое, оно мучает человека, но удовлетворяемое не дает чувственного наслаждения. «Оно дает только сознательную психическую или психофизическую деятельность, которая в какие-то моменты может сопровождаться приятными или неприятными чувствованиями». В минуту ненапряженной деятельности нет ни страданий, ни наслаждений, а есть только деятельность. И на лице – только спокойствие, серьезное выражение деятельности. «Вот это-то душевное состояние и есть нормальное состояние человека, и то душевное состояние, которое не зависит от наслаждений и не подчиняется стремлению к ним». Человек принимается за труд зачем-то и почему-то, достижения наслаждения – избавления от мучений, «но, трудясь, он не чувствует ни того, ни другого, так что труд сам по себе... удовлетворяет потребности души человеческой» (с. 297). И далее: «Для человека важно иметь цель жизни независимо от содержания этой цели и даже ее достижения, ибо цель или задача жизни есть только другая форма для достижения того же понятия – труда жизни...» Цель в жизни является сердцевинной человеческого достоинства и человеческого счастья. И чем быстрее и полнее вы будете удовлетворять стремления человека к наслаждениям, отняв у него цель в жизни,

тем несчастнее и ничтожнее вы его делаете» (с. 300). Если нет цели, которую он преследует из любви к делу, которое он делает, то вся его деятельность – «гнаться за наслаждениями, стараясь увильнуть от страдания, – и как раз настолько лишиться наслаждения, насколько будет избегать страдания, т.е. попадает на фальшивую дорогу в жизни – фальшивую не по каким-то высшим философским и нравственным принципам, а именно потому, что она ведет человека не туда, куда он сам же хочет идти» (с. 302).

Для тех, кому алкоголь, наркотики и табак стали единственными источниками радости, кто потерял интерес к труду, переход к трезвому образу жизни представляется нереальным, неосуществимым и в какой-то степени бесцельным. Все, что составляет радость трезвого человека, для него представляется бессмысленным, надуманным, а их воля в неоднократных попытках избавления традиционными методами наркологии оказывается несостоятельной. Не только психологически, но и физиологически такой человек, по терминологии академика Н. П. Бехтеревой, находится в «устойчивом патологическом состоянии». Под этим термином понимается уровень регуляции физиологических функций, который, не являясь нормальным, обеспечивает, однако, существование в сложившихся конкретных условиях. Возвращение же на физиологически (и мы бы прибавили – психологически) оправданный уровень регуляции возможно, по концепции Бехтеревой, только через фазу дестабилизации, когда сформированный патологический стереотип больше не удовлетворяет нужды организма.

Весь комплекс занятий по методу Г.А.Шичко, на наш взгляд, не только полноценно обеспечивает фазу дестабилизации патологического стереотипа, но элементы, составляющие необходимую базу для формирования принципиально нового трезвого образа жизни, оптимально реструктурируют личность и организм человека, прошедшего их полный десятисуточный цикл. Понятия трезвости, зелья, трезвых праздников и радости, усваиваются как во время бесед с руководителем, так и путем ежедневного писания дневников под копирку. Таким образом, понятия, точно следуя педагогическому опыту и его теоретическому обоснованию, отрабатываются как на групповых занятиях с руководителем, выступающим в качестве педагога, так и индивидуально дома. Слово, услышанное, прочитанное и самим написанное наиболее полноценно и содержательно входит в мировоззрение человека, прошедшего комплекс занятий, вытесняя накопленные с детства предрассудки «культурного» пьянства. Еще во времена воинствующего атеизма Г.А.Шичко смело и пронизательно использовал опыт религиозных сектантов, но создавая преимущественно нейтральную к религии систему доказательств, отказался от собственно теологической аргументации. Однако его последователи из общества «Оптималист», на наш взгляд, оправданно, пользуясь предоставленными настоящим временем возможностями, обращаются для укрепления нравственной позиции личности к понятию Бога.

Следует специально подчеркнуть, что четкое соблюдение режима и отдельных процедур, рекомендуемых руководителями (в том числе обливание холодной водой по Порфирию Иванову, хождение босиком по

снегу или земле, физические упражнения очищение кишечника клизмами, «чистка печени» с помощью специального набора препаратов растительного происхождения, «раздельное рациональное питание» и т.п.) помимо несомненно гигиенически-оздоровительного эффекта укрепляют волю и, что еще более важно, формируют само понятие «воля» с укреплением веры в возможность преодолеть свое болезненно пристрастие. Причем важно, что воля формируется по отношению к тем процедурам, которые вначале непривычны и трудны для любого впервые приступившего к ним человека, а не направлена сразу на преодоление своего порока. Этот прием с успехом применяется Г.И. Григорьевым в методе целебного зорока и модифицированного метода А.Р.Довженко, когда ежедневное, в том числе и зимнее, купание рекомендуется как воспитание воли. Избавленный методом Шичко человек ищет и находит, действительные общественно-ценные цели. Нередко он становится активным пропагандистом метода, профессионалом-инструктором, учащим на своем горьком и светлом опыте тех, кто еще не выбрался из оков пьянства и наркомании. Это вполне естественно, так как преимущественно педагогически-воспитательный тип метода требует собственного опыта выхода из ситуации привычного пьянства. Он, благодаря искренней вере в эффективность метода, делает аргументы руководителя убедительными для занимающихся, как это бывает в организациях анонимных алкоголиков. Вылеченный помогает другим.

Таким образом, современный вариант метода Г.А.Шичко является вполне оригинальным, сформированным способом переориентации личности людей с непреодолимыми вредными привычками и влечениями, в основе которого лежат психолингвистические закономерности образования понятий. Как это бывает с

любимым научно-обоснованным методом воздействия на личность, он имеет точки соприкосновения с другими методами, опирающимися на другие психологические структуры. Мы уже упоминали методы общества анонимных алкоголиков и целебного зорока. Метод Шичко, основанный на слове, как части речи, несомненно, перекликается с реконструктивной личностью, ориентированной психотерапией, вытекающей из теории отношений личности В. Н. Мясищева. Это и понятно, так как избирательные связи, являющиеся синтезом сенсорно-перцептивного, понятийного, эмоционального и волевого отражения действительности, включают понятие как один из важнейших элементов. Однако все перечисленные взаимосвязи метода Шичко не перечеркивают его самобытности, а его открытость позволяет его разработчикам удачно совмещать его с другими видами психологического воздействия и дополнять, совершенствовать его с учетом ситуации времени и особенностей заново возникающих влечений. Так например, в «Американском руководстве по клинической психиатрии» выделяется нозологически как особое психическое расстройство «патологическая игра», требующая психотерапевтического воздействия. Судя по ажиотажу среди молодежи, мы можем ожидать и в нашей стране вспышки игромании на азартные и компьютерные игры, существенно влияющей на психическое здоровье. И, по всей вероятности, метод Г. А. Шичко найдет и здесь свое применение.

Кузнецов О. Н.,
Моисеева Н. Д.

опубликовано в журнале «Вестник психотерапии»,
№.6(11) 1999, СПб
http://www.miroslavie.ru/optimalist/sbor_st6.htm

Остановить алкогольный геноцид русского народа

Инициатива на РОИ № 61Ф32372

На сайте Российской общественной инициативы (РОИ) вновь (публиковалась 2 года назад, но не набрала необходимое количество голосов в поддержку) опубликована инициатива «Остановить алкогольный геноцид русского народа», которую нам, соратники, надо всемерно поддержать, чтобы до 24.01.2018 за принятие такого важного закона проголосовало не менее 100 000 человек – ред.

Остановить алкогольный геноцид русского народа - принять Федеральный закон «Об охране здоровья граждан РФ от воздействия алкоголя, сокращении употребления этилового спирта в немедицинских целях, профилактике и лечении алкоголизма в РФ»

Массовый алкоголизм в Российской Федерации является одним из основных факторов разворачивающейся демографической катастрофы – нравственной, интеллектуальной и физической деградации и вымирания титульной русской и иных коренных наций Российской Федерации. Массовый алкоголизм среди населения России приводит к значительному падению рождаемости и увеличению заболеваемости и смертности, в результате чего титульная русская и некоторые другие нации России потеряли возможность нормального воспроизводства своей популяции и находятся в процессе вымирания (сокращения численности). Русский мужчина живет в

среднем на 10 лет меньше европейца или американца именно по причине систематического злоупотребления алкоголем. Детские дома России наполнены именно умственно отсталыми и физически ущербными, брошенными детьми родителей – алкоголиков. Если дети – наше будущее, то такое детдомовское катастрофически бесперспективное будущее – это кошмарный конец России. Массовый алкоголизм приводит также к резкому падению интеллектуального, физического уровня развития граждан РФ, крайне низкой производительности труда и увеличению аварийности и производственно-го травматизма в результате чего экономика России является неконкурентоспособной в системе мировой экономики. Россия занимает абсолютное первое место в мире по количеству ДТП со смертельным исходом с участием пьяных водителей. В год на дорогах России гибнет больше людей, чем весь СССР потерял уби-

тыми в Афганской войне 1979–1986 годов. Массовый алкоголизм в значительной мере приводит к высокому уровню общеуголовной преступности в Российской Федерации, так как большинство корыстных и насильственных преступлений совершается лицами именно в состоянии алкогольного опьянения. Сокращается и мобилизационный ресурс страны (количество здоровых и физически крепких, интеллектуально развитых призывников и контрактников), так необходимый России в условиях враждебного геополитического окружения. Из всего вышперечисленного прямо следует, что массовый алкоголизм – уже главная угроза национальной безопасности России, поскольку под вопрос поставлено само существование титульной русской и иных коренных наций России как государства.

В 1960 году гражданин СССР употреблял чистого этилового спирта в год меньше чем англичанин – в 3 раза, меньше чем американец – в 7 раз и меньше чем француз – в 10 раз. Объем потребления алкоголя составлял всего 3 литра чистого спирта на человека в год. Экономика СССР в эти годы росла семимильными шагами.

Начало массовой всеобщей алкоголизации нашей Родины было положено по инициативе Генерального Секретаря ЦК КПСС, Председателя Президиума Верховного Совета СССР, четырежды Героя Советского Союза и Героя Социалистического Труда, лауреата Ленинской премии по литературе, дорогого Л.И.Брежнева – именно он возвел практику спаивания народа в ранг государственной политики. За годы руководства Л.И.Брежнева страной (1964–1982) с его «культурой умеренного пьянства» общее производство алкоголя в СССР увеличилось на 700%, каждый пятый гражданин СССР стал алкоголиком, резко повысилась преступность (убийства – на 65 %, грабежи и разбои – на 75 %, аварии – на 40 %) и количество детей – уродов с тяжелыми пороками развития от родителей – алкоголиков, упала производительность труда. Государственный бюджет получал от травли народа смертельным наркотическим ядом – алкоголем 1 рубль, а терял на увеличении аварийности и заболеваемости, смертности, падении рождаемости и производительности труда – 3 рубля. Объем потребления алкоголя к 1980 году резко увеличился до 11 литров чистого спирта на человека в год. Экономика СССР вступила в период ЗАСТОЯ. Введенная Л.И.Брежневым государственная монополия на спаивание государством своего народа стала формой замедленного коллективного самоубийства страны и народа.

Кратковременная (1985–1988) антиалкогольная кампания под руководством Президента СССР М.С.Горбачева несмотря на всю её непоследовательность и издержки в виде употребления суррогатов и самогонварения, имела колоссальные положительные результаты для экономики и демографии СССР: смертность от алкогольных отравлений снизилась на 56 %, смертность от несчастных случаев и насилия снизилась на 36 %, количество самоубийств снизилось на 41%, общая смертность снизилась на полмиллиона смертей в год, в эти годы в СССР рождалось на полтора миллиона детей в год больше чем за все предыдущие 40 лет. Объем потребления алкоголя всего за один год антиалкогольной кампании резко упал до 4 литров чистого спирта на человека в год.

В настоящее время ситуация со всеобщей алкоголизацией в Российской Федерации намного хуже чем даже во времена дорогого Л.И.Брежнева – объем потребления

алкоголя составляет более 15 литров чистого спирта на человека в год.

По данным Всемирной организации здравоохранения потребление на душу населения более 8 литров чистого алкоголя в год ведет к необратимым демографическим последствиям – вымиранию этноса.

Сама по себе идея государственной монополии на массовую травлю собственного народа деструктивными смертельными наркотическими ядами – этиловым спиртом и никотином не только аморальна в своей сути, но и просто экономически и демографически самоубийственна.

В настоящее время законодательная база для предотвращения неумолимо надвигающейся на Россию демографической катастрофы (деградации и вымирания русского и иных коренных этносов вследствие массового алкоголизма) неадекватна сложившейся критической в этой сфере ситуации – длительная (с 1995 года) практика реального применения Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ показала его неэффективность в плане ограничения развития массового алкоголизма.

Данный нормативный акт в основном регулирует правоотношения в сфере производства и лицензирования алкогольной продукции, почти не касаясь ужасающих социальных и медицинских последствий её применения и совсем не затрагивает проблему профилактики и лечения такого тяжелого и социально опасного хронического заболевания как алкоголизм, не ориентирует государственные органы власти и общественные организации на пропаганду здорового образа жизни.

Практический результат

Предлагаемый проект Федерального закона "Об охране здоровья граждан РФ от воздействия алкоголя, сокращении употребления этилового спирта в немедицинских целях, профилактике и лечении алкоголизма в РФ" и внесении изменений и дополнений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» комплексно объединяет экономический, медицинский, образовательный, пропагандистский, административный подходы к решению сложнейшей государственной и общественной задачи - значительно уменьшить масштабы массовой травли населения страны сильнодействующим наркотическим веществом - этиловым спиртом и тем самым предотвратить надвигающуюся демографическую катастрофу и коллапс российского государства в целом. Если мы хотим сохранить Россию как государство и русский этнос на Земле - трезвость должна стать нормой нашей жизни и основой нашего государственного и общественного строя и управления.

Голосование закончится 24.01.2018

Решение

Срочно принять Федеральный закон "Об охране здоровья граждан РФ от воздействия алкоголя, сокращении употребления этилового спирта в немедицинских целях, профилактике и лечении алкоголизма в РФ" (текст законопроекта и пояснительная записка прилагаются).

Дополнительные материалы

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту Федерального закона «Об охране здоровья граждан РФ от воздействия алкоголя, сокращении употребления этилового спирта в немедицинских целях, профилактике и лечении алкоголизма в РФ» и внесении изменений и дополнений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

Массовый алкоголизм в Российской Федерации является одним из основных факторов разворачивающейся демографической катастрофы – нравственной, интеллектуальной и физической деградации и вымирания титульной русской и иных коренных наций Российской Федерации. Массовый алкоголизм среди населения России приводит к значительному падению рождаемости и увеличению заболеваемости и смертности, в результате чего титульная русская и некоторые другие нации России потеряли возможность нормального воспроизводства своей популяции и находятся в процессе вымирания (сокращения численности). Русский мужчина живет в среднем на 10 лет меньше европейца или американца именно по причине систематического злоупотребления алкоголем. Детские дома России наполнены именно умственно отсталыми и физически ущербными, брошенными детьми родителей – алкоголиков. Если дети – наше будущее, то такое детдомовское катастрофически бесперспективное будущее – это кошмарный конец России! Массовый алкоголизм приводит также к резкому падению интеллектуального, физического уровня развития граждан РФ, крайне низкой производительности труда и увеличению аварийности и производственного травматизма в результате чего экономика России является неконкурентоспособной в системе мировой экономики. Россия занимает абсолютное первое место в мире по количеству ДТП со смертельным исходом с участием пьяных водителей. В год на дорогах России гибнет больше людей, чем весь СССР потерял убитыми в Афганской войне 1979 – 1986 годов! Массовый алкоголизм в значительной мере приводит к высокому уровню общеуголовной преступности в Российской Федерации, так как большинство корыстных и насильственных преступлений совершается лицами именно в состоянии алкогольного опьянения. Сокращается и мобилизационный ресурс страны (количество здоровых и физически крепких, интеллектуально развитых призывников и контрактников), так необходимый России в условиях враждебного геополитического окружения. Из всего вышеперечисленного прямо следует, что массовый алкоголизм – уже главная угроза национальной безопасности России, поскольку под вопрос поставлено само существование титульной русской и иных коренных наций России как государства. В 1960 году гражданин СССР употреблял чистого этилового спирта в год меньше чем англичанин – в 3 раза, меньше чем американец – в 7 раз и меньше чем француз – в 10 раз. Объем потребления алкоголя составлял всего 3 литра чистого спирта на человека в год. Экономика СССР в эти годы росла семимильными шагами! Начало массовой всеобщей алкоголизации нашей Родины было положено по инициативе Генерального Секретаря ЦК КПСС, Председателя Президиума Верховного Совета СССР, четырежды Героя Советского Союза и Героя Социалистического Труда, лауреата Ленинской премии по литературе, дорогого Л. И. Брежнева – именно он возвел практику спаивания народа в ранг государственной политики. За годы руководства Л. И. Брежнева страной (1964 – 1982) с его «культурой умеренного пьянства» общее

производство алкоголя в СССР увеличилось на 700 % (!), каждый пятый гражданин СССР стал алкоголиком, резко повысилась преступность (убийства – на 65 %, грабежи и разбои – на 75 %, аварии – на 40 %) и количество детей – уродов с тяжелыми пороками развития от родителей – алкоголиков, упала производительность труда. Государственный бюджет получал от травли народа смертельным наркотическим ядом – алкоголем 1 рубль, а терял на увеличении аварийности и заболеваемости, смертности, падении рождаемости и производительности труда – 3 рубля! Объем потребления алкоголя к 1980 году резко увеличился до 11 (!) литров чистого спирта на человека в год. Экономика СССР вступила в период ЗАСТОЯ. Введенная Л. И. Брежневым государственная монополия на спаивание государством своего народа стала формой замедленного коллективного самоубийства страны и народа. Кратковременная (1985 – 1988) антиалкогольная кампания под руководством Президента СССР М. С. Горбачева несмотря на всю её непоследовательность и издержки в виде употребления суррогатов и самогонварения, имела колоссальные положительные результаты для экономики и демографии СССР: смертность от алкогольных отравлений снизилась на 56 %, смертность от несчастных случаев и насилия снизилась на 36 %, количество самоубийств снизилось на 41 %, общая смертность снизилась на полмиллиона смертей в год, в эти годы в СССР рождалось на полтора миллиона детей в год больше чем за все предыдущие 40 лет! Объем потребления алкоголя всего за один год антиалкогольной кампании резко упал до 4 литров чистого спирта на человека в год. В настоящее время ситуация со всеобщей алкоголизацией в Российской Федерации намного хуже чем даже во времена дорогого Л. И. Брежнева – объем потребления алкоголя составляет более 15 (!) литров чистого спирта на человека в год! По данным Всемирной Организации Здравоохранения потребление на душу населения более 8 литров чистого алкоголя в год ведет к необратимым демографическим последствиям – вымиранию этноса. Сама по себе идея государственной монополии на массовую травлю собственного народа деструктивными смертельными наркотическими ядами – этиловым спиртом и никотином не только аморальна в своей сути, но и просто экономически и демографически самоубийственна. В настоящее время законодательная база для предотвращения неумолимо надвигающейся на Россию демографической катастрофы (деградации и вымирания русского и иных коренных этносов вследствие массового алкоголизма) неадекватна сложившейся критической в этой сфере ситуации – длительная (с 1995 года) практика реального применения Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" от 22.11.1995 N 171-ФЗ показала его неэффективность в плане ограничения развития массового алкоголизма. Данный нормативный акт в основном регулирует правоотношения в сфере производства и лицензирования алкогольной продукции,

почти не касаясь ужасающих социальных и медицинских последствий её применения и совсем не затрагивает проблему профилактики и лечения такого тяжелого и социально опасного хронического заболевания как алкоголизм, не ориентирует государственные органы власти и общественные организации на пропаганду здорового образа жизни. Предлагаемый проект Федерального закона «Об охране здоровья граждан РФ от воздействия алкоголя, сокращении употребления этилового спирта в немедицинских целях, профилактике и лечении алкоголизма в РФ» и внесении изменений и дополнений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

комплексно объединяет экономический, медицинский, образовательный, пропагандистский, административный подходы к решению сложнейшей государственной и общественной задачи – значительно уменьшить масштабы массовой травли населения страны сильнодействующим наркотическим веществом – этиловым спиртом и тем самым предотвратить надвигающуюся демографическую катастрофу и коллапс российского государства в целом. Если мы хотим сохранить Россию как государство и русский этнос на Земле – трезвость должна стать нормой нашей жизни и основой нашего государственного и общественного строя и управления.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ СВОЕ ПРАВО РЕШАТЬ, ПО КАКИМ ЗАКОНАМ ЖИТЬ

Мы сетуем, что законы в нашей стране принимаются депутатами, которых в большинстве своём трудно назвать народными избранниками, без нашего участия. Зачастую эти законы принимаются в ущерб интересам народа. Особенно наглядно это видно на решениях, касающихся здоровья, безопасности и нравственных устоев общества. Одной из главных социальных проблем нашего общества является алкогольная проблема. Еще в 2009 году Президент России официально заявил, что «...алкоголизм в нашей стране приобрёл характер национального бедствия».

Да, после этого на государственном уровне был принят ряд мер для решения этой проблемы. Произошло и заметное, если верить статистике, снижение потребления алкоголя. Однако в последние годы под давлением алкогольного бизнеса идёт явное отступление от антиалкогольной государственной политики, принимаются правительственные решения и законы, направленные на возврат к прежнему, запредельному уровню потребления алкоголя.

Почему же мы не используем наше право, влиять на решения и законы, принимаемые на государственном уровне? Для этого специально распоряжением Президента России создан портал ГОСУСЛУГИ и портал Российских общественных инициатив (РОИ). Любой, зарегистрированный на портале ГОСУСЛУГИ совершеннолетний гражданин России, имеет право проголосовать на портале РОИ за или против принятия того или иного закона, правительственного решения, а также поддержать инициативу принятия нового, нужного закона. И если таких голосов набирается больше 100 000, то Госдума обязана рассмотреть это требование народа.

К сожалению, практика показала, что зарегистрировались на портале ГОСУСЛУГИ очень немногие, а их низкая активность в голосовании не позволяет пока набрать за год требуемое количество голосов ни за одну здравую и важную инициативу.

С целью повышения активности голосования на РОИ и привлечения к этому неравнодушных к судьбе страны, к судьбе народа граждан России инициативной группой соратников создан сайт ВОЗРОЖДЕНИЕ: <http://vozrojdenie.me>

. На нем разъясняются этапы регистрации на портале ГОСУСЛУГИ <https://www.gosuslugi.ru/> и Российских общественных инициатив (РОИ) <https://www.roi>

[ru](#). Созданы пошаговые инструкции, которые помогут пройти регистрацию. Сделайте это сами! Помогайте всем, кто не владеет компьютером и вдохновляйте всех, кто рядом!

Там же, на сайте ВОЗРОЖДЕНИЕ, нужно сохранить адрес Вашей электронной почты, чтобы вовремя получать ссылки для голосования за новые важные инициативы.

Вот ссылки на уже размещенные на РОИ инициативы, направленные на решение алкогольной проблемы: roi.ru/32272, roi.ru/32372 – если Вы уже зарегистрированы, голосуйте прямо сейчас, потому что время для сбора голосов ограничено одним годом.

На сайте ВОЗРОЖДЕНИЕ также собраны видеоролики, с научными фактами, которые помогут незнакомым с ними людям разобраться в алкогольно-табачно-наркотической проблеме и мотивируют их к участию в голосовании на РОИ. Нужно копировать и распространять эти материалы среди всех своих родных, знакомых, соседей, всех, кто входит в круг вашего общения! Размещайте их регулярно у себя на страницах социальных сетей, отправляйте электронной почтой по имеющимся у Вас адресам.

Кроме инициатив на РОИ есть немало полезных законопроектов, которые уже внесены в Госдуму. Часть из них отражены на нашем сайте www.sbnt.ru. Через своих депутатов, через соответствующие профильные комитеты Госдумы поддерживайте принятие полезных законопроектов и блокируйте вредоносные. А чтобы быть в курсе событий, следите за публикациями новостей на сайте СБНТ, а ещё лучше – зайдя на главную страницу сайта www.sbnt.ru, подпишитесь на бесплатную рассылку новостей на ваш электронный адрес, приглашайте к подписке всех ваших знакомых.

ПОМНИТЕ, что Вы можете изменить окружающий вас мир и должны сделать это ради безопасного, здорового, счастливого будущего ваших детей и внуков!

РЕГИСТРИРУЙТЕСЬ на портале ГОСУСЛУГИ и портале РОИ – используйте свое право решать, по каким законам жить вам и вашим детям!

СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРЯМО СЕЙЧАС!

Г.И. Тарханов,
первый зам. председателя СБНТ

Распространять информацию о влиянии алкоголя

Распространять среди населения информацию о влиянии алкоголя на мозг, репродуктивную и сердечно-сосудистую систему человека, его прямую и косвенную взаимосвязь с возникновением опухолей, бесплодием и вырождением нации на государственном уровне

Инициатива на РОИ№ 33Ф32272

Вводимые в настоящее время различные ограничения на продажу алкоголя, временные, территориальные и т.п. зачастую встречают непонимание. Это вызвано, прежде всего, неосведомленностью о биологическом и химическом воздействии алкоголя на ЦНС и организм в целом, непониманием механизмов выработки зависимости, прямой взаимосвязью между употреблением алкоголя, никотина и преждевременной смертью от рака, диабета и других заболеваний, рождением умственно отсталых детей, детей с врожденными и проявляющимися патологиями и т.д.

Именно этанол (алкоголь) является прямой и/или косвенной причиной тяжелейших нарушений во всех органах и системах человеческого организма.

Клетка ДНК человека способна выдерживать 4-х кратное увеличение дозы химического воздействия связанные с плохой экологией только до тех пор, пока на нее не оказывается влияние даже минимальными дозами алкоголя. (Из исследований профессора, доктора медицинских наук, президента противоракового общества России Давида Георгиевича Заридзе).

Великий русский невролог, исследовавший мозг Владимир Михайлович Бехтерев: «Алкоголь является ядом для всякого живого существа - растений и животных. ...Даже малые дозы алкоголя оказывают, как выяснено исследованиями, вредное влияние на умственные способности человека... Алкоголь действует разрушающе на все части человеческого организма. Желудок, кишки, печень, кровеносные сосуды сердце, мозг, почки - все страдают от употребления алкоголя. Сейчас уже не может подлежать никакому сомнению влияние алкоголя на хилость потомства и на вырождение населения. Если совершенно бесспорно вредное влияние алкоголя, понижающего физические и умственные способности человека даже при умеренном потреблении спиртных напитков, то еще большая беда в том, что алкоголь - яд, которому свойственны все характерные болезненные особенности других наркотических ядов, как опий, морфий и т.п.»

Из-за отсутствия правдивой информации у населения наряду с активной информационной атакой на сознание людей через косвенную рекламу в сериалах и пр., а также подачи псевдонаучной информации в журналах и СМИ как «научной» мы имеем следующую статистику:

По данным Госкомстата, с начала 90-х годов прошлого века в стране в 20 раз увеличилось число умственно отсталых детей. При том, что по мнению директора научного центра "Здоровье детей" РАМН Александра Баранова, лишь у одного из десяти детей официально регистрируется психическое расстройство...».

Из доклада Министра здравоохранения России по состоянию на 2007-2012 год только 21,4% детей школьного возраста имели 1-ю группу здоровья. Остальные 79% имели те или иные отклонения в умственном и физическом развитии. Из них 21% серьезные, в том числе инвалидизирующие.

Больше 50% детей были со снижением репродуктивной функции...» и т.д.

Преступность.

В состоянии алкогольного опьянения в среднем совершается:

убийств – 80%; грабежей – 80%; изнасилований – 80%; самоубийств-72%; разбойных нападений – 70%; ДТП с летальным исходом – 56%; краж – 55%.

Практический результат

Распространение информации о реальном влиянии алкоголя на организм приведет к пониманию вводимых различных ограничений на продажу алкоголя и табака, сознательному уменьшению употребления этого опасного про-топлазматического наркотического яда. Вследствии этого:

- к постепенному восстановлению рождаемости;
- к рождению умственно и физически здоровых детей;
- к увеличению продолжительности жизни людей в среднем на 20 лет;
- сокращению числа преступлений, возникших на фоне употребления алкоголя (это около 70% преступлений);
- уменьшение количества домов интернатов для детей с физическими и психическими патологиями и связанных с ними затрат бюджета;
- сокращению числа ДТП, в том числе с причинением вреда здоровью либо повлекших смерть, возникших на фоне употребления алкоголя;
- сокращению расходов бюджета на медицину, охрану правопорядка и другие направления, деятельность которых связана в том числе с последствиями употребления алкоголя;
- сокращению числа нежелательных беременностей, а следовательно и числа абортов;
- сокращению числа неблагополучных семей;
- улучшению социальной обстановки в обществе;
- к улучшению общего здоровья населения.

Решение

1. Распространять среди населения на государственном уровне через СМИ и печать, а также во всех медицинских и образовательных учреждениях страны научно-документальные фильмы, медицинские ролики, статьи, социальные ролики информирующие о реальном влиянии алкоголя на мозг, репродуктивную функцию, эндокринную систему, сердечно-сосудистую систему человека и его прямую и/или косвенную взаимосвязь с возникновением опухолей, бесплодием и вырождением нации.

2. Организовать проведение еженедельных обязательных занятий среди детей, подростков и молодежи на всех уровнях социализации, формирующих трезвенническое мировоззрение, в котором нет места токсикантам.

3. Запретить стимулирование и спонсорство любых алкогольсодержащих изделий (в том числе фермерских) по аналогии с запретом стимулирования и спонсорства табака.

4. Запретить рекламу безалкогольных напитков производителей алкогольсодержащих изделий, если в названии безалкогольного напитка фигурирует тоже название бренда или логотип, что и на алкогольсодержащих изделиях.

5. Запретить демонстрацию любых фильмов и передач, содержащих косвенную рекламу алкоголя с 06:00 до 21:00.

Адрес редакции: 655016, г. Абакан, а/я 327, т.(3903)22-83-29, (913)445-59-06, (923) 278-57-26

E-mail:trezvo@yandex.ru, www.sbnt.ru. Тираж 700 экз.

Главный редактор Г.И.Тарханов, верстка Наталья Соколова.

Редакционный совет: Н.А.Гринченко, М.А.Метелёв, А.А.Токарев

Издается на благотворительные взносы сторонников трезвости, распространяется бесплатно