



**ЦЕНТР АНАЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ И РАЗРАБОТОК**

---

420073, Казань, ул. Гвардейская, 166, оф. 301; тел. (843) 295-57-91; факс 295-58-09; e-mail: tsair@tsair.ru

Научно-исследовательский отчет на тему

**«КЛУБНАЯ ЖИЗНЬ БЕЗ НАРКОТИКОВ»:  
ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИК НАРКОПОТРЕБЛЕНИЯ  
В «ГРУППЕ РИСКА»**

КАЗАНЬ – 2008

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Социально-демографический портрет и структура досуга «клуббера».....	8
2. Факторы риска для молодежи, посещающей ночные клубы, в отношении употребления наркотиков. ....	13
3. Употребление наркотиков в ночных клубах: популярные виды наркотиков, мотивация к употреблению.....	21
4. Распространение наркотиков в ночных клубах: кто, где и зачем.....	34
5. Предотвращение употребления наркотических средств в ночных клубах: оценка эффективности работы. ....	39
6. Виды антинаркотической рекламной продукции, эффективные для молодежной группы «клубберы». ....	48
7. Рекомендации по контролю за употреблением наркотических средств в ночных клубах .....	56

*«Если дают - бери, если бьют – беги»  
(из интервью с посетителями ночных клубов)*

## **Введение**

**Актуальность исследования.** Проблема наркотизации - массового употребления населением наркотических средств - является одной из наиболее острых проблем, стоящих перед современным российским обществом. В одном из президентских обращений (1990-х гг.) рост объемов наркопотребления был признан проблемой государственного масштаба. Наркотизация, затронувшая многие социальные группы в российском обществе, является следствием как снижения качества и уровня жизни, так и изменения стиля жизни большинства российского населения (последнее особенно характерно для молодежной среды).

Достаточно распространенным стереотипом, связанным с процессами наркотизации молодежи, является утверждение о том, что расширение масштабов наркопотребления исходит от так называемой «клубной субкультуры». Возраст среднего приверженца «клубной субкультуры» (или «клуббера») по данным социологических исследований может варьироваться от 13 до 30 лет. В современной России ночные музыкальные клубы – как и все новое - вполне традиционно воспринималось либо с недоверием, либо отрицательно. Для старшего поколения (например, родителей) клуб - это рассадник порока и запретных удовольствий; в самом понятии «ночная жизнь» совмещается все ужасное и неизвестное - от беспорядочных сексуальных контактов до наркомании. Если в столичных городах данный стереотип к настоящему времени был практически изжит, то в «провинции» (к которой относится и Казань) такие мнения еще очень распространены.

Безусловно, данная точка зрения имеет право на существование. По данным Института социологии РАН, около 40 процентов молодых наркопотребителей постоянно приобретают наркотики в клубах (для сравнения - на улице их покупают 38 процентов, у постоянных дилеров – 44 процента). По

данным английской прессы, за уикэнд «клубной жизни» посетителями английских клубов употребляется 3 миллиона таблеток экстази. С другой стороны, если говорить об опыте первого употребления наркотиков, то в данном случае клубы значительно уступают домашним условиям, когда наркотики предлагает попробовать не клубный «драг-дилер», а друг или хороший знакомый.

На сегодняшний день в Республике Татарстан нет специализированной программы, направленной на профилактику наркопотребления в ночных клубах. Тем не менее, такой опыт имеется в ряде стран Европы (Швеция), и, по оценкам некоторых организаций (ЕСАД), уже доказал свою эффективность.

Необходимым этапом внедрения схожего социального проекта в г. Казань является проведение социологического исследования, исследовательский фокус которого должен быть сосредоточен на причинах систематического намеренного употребления наркотических средств некоторыми из посетителей ночных клубов. Задача усложняется тем, что контингент сегодняшних ночных клубов представлен не индивидуальными посетителями (установки на употребление наркотиков достаточно слабы), сколько сложившимися тесными компаниями (установки поддерживаются групповой динамикой и элементами субкультуры).

**Предмет исследования** – межличностное взаимодействие в городских ночных клубах и его влияние на процессы наркотизации молодежи и стратегии реагирования на проблему.

**Цель исследования** – выявление причин употребления наркотиков посетителями ночных клубов, выявление факторов микро- и макросреды, способствующих наркопотреблению, а также выявление эффективных способов противодействия наркопотреблению.

### **Задачи исследования:**

1. Сформировать социально-демографический портрет типичного казанского «клуббера»;
2. Выявить факторы риска, способствующие приобщению молодых людей к употреблению наркотических средств;
3. Изучить мотивацию наркопотребления в ночных клубах и определить степень ее обусловленности влиянием микро- и макросреды
4. Выявить виды наркотических средств, популярные среди посетителей ночных клубов;
5. Выявить основные пути приобщения к употреблению наркотических веществ.
6. Изучить механизмы распространения наркотических средств в ночных клубах;
7. Оценить эффективность работы по предотвращению употреблению наркотических средств в ночных клубах;
8. Определить типы антинаркотической рекламной продукции, наиболее эффективные для группы «клубберы»;

### **Гипотезы исследования:**

- В молодежном сознании наркотические средства делятся на «легкие» («травка», «таблетки») и «тяжелые» (героин, кокаин, опиаты). Употребление «легких» наркотиков (даже систематическое) воспринимается как безопасное для здоровья и не вызывающее зависимости. Употребление «тяжелых» наркотиков связывается с «рискованным» поведением и не приветствуется молодыми людьми. В целом же, употребление «легких» наркотических средств в настоящий момент является распространенной молодежной практикой.
- «Клубная жизнь» является специфической моделью рекреативного поведения молодежи и ассоциируется со «свободой», «отсутствием ограничений» и в этом смысле способствует употреблению наркотиков. Вместе

с тем, группа «клубберы» является достаточно гетерогенной и систематические потребители вытесняются в закрытые субкультуры.

- Специфика наркопотребления в ночных клубах заключается в том, что потребитель одновременно может являться и «агентом» воспроизводства наркопотребления. Это усложняет социальный контроль, поскольку распространители наркотических средств в клубах, как правило, не имеют корыстных интересов и реализуют товар малыми партиями.
- Эффективное противодействие наркопотреблению, осуществляемое исключительно в стенах ночных клубов, обречено на провал, поскольку наркотрафик и посещение клубов практически не пересекаются. Наибольшей эффективностью обладает работа с микросредой посетителей клубов.

### **Методология исследования**

В качестве теоретико-методологического основания настоящего исследования была выбрана феноменологическая теория. По мнению его сторонников, окружающий мир имеет значение для индивида лишь в том случае, если он осознаваем. Другими словами, индивид воспринимает общество исключительно сквозь призму собственных норм и ценностей и придает общественным явлениям уникальные смыслы и значения. В социологии девиантного поведения предметом внимания сторонников феноменологической теории являются реакции субъектов девиации и их социального окружения на отклонения в поведении. Таким образом, девиантная реальность есть субъективное понимание, которое девиант и его окружение придают девиантному опыту.

Выбор феноменологической теории определил и специфику методов исследования. В ходе исследования было проведено 40 глубинных полуструктурированных интервью с посетителями ночных клубов, вовлеченных в процессы наркотизации.

Применение качественных методов исследования требует дополнительного обоснования. Различение методов в социологии на

количественные и качественные обусловлены разными задачами, стоящими перед исследователем. Качественные методы нацелены на получение глубинной мотивации респондента, развернутой информации о предмете исследования. Качественные методы предполагают сбор информации в свободной форме; они фокусируются не на статистических измерениях, а опираются на понимание, объяснение и интерпретацию эмпирических данных, являются источником формирования гипотез и продуктивных идей. В качественных методах для того, чтобы объяснить, интерпретировать понятия используются не цифры, а слова. Полученные качественными методами данные не подлежат количественному анализу. Проще говоря, они отвечают не на вопрос «сколько», а на вопросы «что», «как» и «почему».

Количественные методы, напротив, нацелены на получение информации о большом количестве объектов исследования. Главной задачей количественных исследований является получение статистической оценки состояния общественного сознания на некое событие. Такие исследования применяются, когда необходимы точные, статистически надежные численные данные.

Применительно к нашему исследованию предметом внимания может являться взаимодействие посетителей ночных клубов со своим окружением (микро- и макросреда). Для того, чтобы узнать причины наркопотребления, исследователь должен ознакомиться с индивидуальным опытом «клуббера» и раскрыть, что индивид чувствует и что думает о своем опыте. Таким образом, применение качественной методологии позволит сформировать список знаний, мнений и установок, предположительно имеющих не нулевую степень распространения. Их анализ и последующая концептуализация позволит повысить эффективность мероприятий, реализуемых в рамках проекта «Клубная жизнь без наркотиков».

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В большинстве отечественных исследований процессов наркотизации предпринимается попытка выявления масштабов распространения явления среди больших социальных групп: среди школьников, среди молодежи и пр. Вместе с тем, очевидно, что существуют социальные группы, особенно подверженные воздействию процессов наркотизации, в научной литературе они получили название «группы риска». Обычно под словосочетанием «группа риска» понимается группа людей, члены которой с большой вероятностью могут вовлекаться в какую-либо деятельность или быть подвержены какому-либо заболеванию. В нашем случае речь идет о тех группах, в которых употребление наркотических средств прочно включено в повседневные практики.

Представители «групп риска» редко становятся объектом научного исследования, так как входят в категорию «труднодоступных» респондентов. Вместе с тем, информация о данных группах необходима для повышения эффективности профилактической антинаркотической работы.

К числу подобных «групп риска», незаслуженно обойденных вниманием исследователей, относятся «клубберы» - регулярные посетители ночных клубов и дискотек.

### **1. Социально-демографический портрет и структура досуга «клуббера»**

Как показало исследование, возраст среднестатистического «клуббера» не превышает 30 лет. Социальный статус большинства посетителей ночных клубов – студент вуза или учащийся учреждения начального или среднего профессионального образования. Наличие в Казани большого количества вузов объясняет довольно высокий для провинции уровень молодежной социальной мобильности: в столицу приезжают учиться абитуриенты со всей республики и близлежащих регионов РФ. Тем не менее, несмотря на все социальные и культурные различия, предпочтения в области проведения досуга у них схожи

– развлечения, общение с друзьями и пр. Вот почему среда «клубберов» является чрезвычайно гетерогенной: от выходцев из низших классов, рабочих – до интеллигенции, «золотой молодежи». Показательно, что переезд в столицу РТ для многих респондентов совпал с началом «клубной карьеры»: будучи школьниками, ночных клубов они не посещали.

*«Да, посещаю ночные клубы, а начал посещать с того момента, как пришел в медицинский университет. Просто здесь люди очень общительные, и многие друзья все время зовут в «Арену» и «Феникс», минимум 2 раза в неделю я посещаю» (10- М., 23)<sup>1</sup>*

«Среднестатистический клуббер» не имеет проблем с законом (не привлекался к ответственности) и находится в хороших отношениях со своим социальным окружением, с родителями и друзьями.

Как показывает исследование, большинство «клубберов» посещает ночные клубы в среднем 1-2 раза в неделю, при этом частота посещений зависит от степени их профессиональной занятости: работающие респонденты имеют в своем распоряжении только выходные дни, учащиеся – еще и будни. Высокая посещаемость клубов в выходные обусловлена еще и тем, что именно в эти дни проводятся наиболее значимые мероприятия.

*«После поступления в университет [стала посещать ночные клубы еженедельно], и то только с курса третьего. Но сейчас стала ходить реже. Раньше посещала от 2 до 4 раз в неделю. Теперь лишь один раз, по выходным. Наверное, это произошло из-за того, что времени стало меньше. Плюс, на мой взгляд, все самые лучшие тусовки, тематические вечеринки проходят в выходные дни» (20 – Ж., 25)*

Регулярное посещение ночных клубов, также как и наличие устоявшихся предпочтений в музыке и «тусовке» отличает «клубберов» от случайных посетителей. Несмотря на то, что большинство респондентов являются

---

<sup>1</sup> Ссылка на источник цитаты закодирована следующим образом: первая цифра (10) – номер интервью, М/Ж – пол респондента, вторая цифра (23) – возраст респондента

студентами и, в целом, материально зависят от родителей, практически все они имеют собственные источники дохода.

Для большинства опрошенных молодых людей посещение ночных клубов рутинизировано и является одним из значимых элементов досуга, имеющего ярко выраженную гедонистическую окраску. Так, «клубберы», объясняя мотивацию посещения ночных клубов, склонны ассоциировать «ночную жизнь» с ценностями свободы, независимости, молодости. Для многих респондентов посещение клубов является неофициальной, «второй» жизнью, существенно отличающейся от серых рабочих будней.

*«Я хожу в клубы просто потому, что я – человек ночной жизни, люблю ночную жизнь. И под словом «ночная жизнь» я вижу свободу, расслабление, причем не обязательно употребление алкоголя, тем более наркотиков. Это жизнь, которая идет параллельно основной. Это более свободная жизнь» (20 – Ж., 25)*

Отметим, что приоритетом для «клубберов» является не посещение клуба как таковое, а общее состояние «развлечения», достичь которого можно разными способами. В этом смысле «клубная жизнь» является вынужденным выбором, а посещаемость клубов снижается летом, когда у молодых людей появляются новые досуговые возможности.

*« [зависит] от сезона. Летом клуб может закрываться или дача, вообще не охота в жару трястись, но бывает, но редко. А зимой холодно, делать нечего» (12 – Ж., 24)*

С другой стороны, частота посещения ночных клубов определяется еще и настроением человека («в ночные клубы мы ходим веселиться») и наличия свободных денег.

Как показывает исследование, выбор клуба для частого/постоянного посещения главным образом зависит от круга общения респондента. Предпочтение молодые люди отдают тем клубам, где они могут чувствовать себя комфортно.

*«Пару раз была в «Пирамиде», и хожу в «Центр клубной жизни» на дискотеку 80-х. там можно хорошо посидеть и отдохнуть» (1 - Ж., 22 года)*

*«Посещаю «51 штат», нравится атмосфера праздника, веселья» (6 – М., 22)*

*«Арена» и «Феникс». Мне нравится, как там все оформлено, интерьер, как все в округе, друзья, девушки, потанцевать под хорошую музыку, это же все классно» (10 – М., 23)*

Поскольку для клубной молодежи «посещение клубов» и «общение с друзьями» являются словами-синонимами, подавляющее большинство опрошенных посещает клубы в компании друзей. Вместе с тем, во многих случаях постоянные посетители одного заведения хорошо знакомы друг с другом и особой потребности в поиске компании на посещение клуба у них нет.

*«По-разному, иногда можем вдвоем придти, иногда толпой. Все равно, если это клуб, в котором строго определенная вечеринка «драм-эн-баса» например, «драм-тусовка города Казани», там по-любому процентов 80 людей все всех знают. С которыми ты общаешься и тусуешься. Клуб же он для этого существует» (11 – М., 22)*

*«Раньше ходила туда с друзьями и знакомыми, а теперь после продолжительного посещения клубов можно прийти на какую-нибудь тусовку и ты обязательно встретишь знакомых. Один ты не останешься, и ты можешь придти туда без денег и в любом случае ты уйдешь оттуда навеселе» (31 – Ж., 23)*

В конечном счете, выбор клуба зависит от той публики, которая в нем собирается. Иными словами, многие респонденты не готовы посещать некоторые клубы даже в большой дружеской компании.

*«Ну как пойти в «Доктор», что там делать, там 14-летние дети эренбишники, что с ними делать, о чем с ними беседовать, как на них смотреть, острое желание убить всех из них... трудно ходить в «Арену», особенно утром, пьяные гопники обожранные, ну толпа гопников обожрунов*

*таких, они там танцуют очень по-своему, по-гопнически, такие ничего не понимают, по четвертушечке на лицо сожрали и им все равно на все вообще. Ну, вот что с ними делать очень трудно» (11 – М., 22)*

Для многих респондентов большую роль при выборе клуба играет и его географическое расположение: наиболее удобными для частого посещения являются те заведения, которые расположены в близлежащих районах города. Тем не менее, крупные клубы в центре города, по мнению респондентов, неизбежно будут привлекать посетителей большинства других клубов города хотя бы потому, что в них проводятся самые значительные мероприятия.

*«Арена» - это «Арена», это единственный большой клуб в городе Казани, самый большой, самый основной. Туда по-любому ходишь. В «Пирамиду» тоже когда кто-нибудь приезжает, тоже ходишь» (11 – М., 22)*

Фактор материального достатка также имеет существенное значение для определения «любимого» клуба. Молодые люди «попроще» выбирают большие и доступные ночные клубы, такие как «ЦКЖ» или «Арена». Молодежь с хорошим достатком предпочитает посещать более «элитные» «51 штат» или «Эрмитаж-Ривьера». Тем не менее, деление клубов на «престижные» и «не очень» является весьма условным. Показная элитарность тех или иных заведений зачастую только подогревает стремление самой широкой публики попасть туда.

*«51й штат? Там нет ничего интересного, но туда хочется попасть, там строгий фейс-контроль, иногда с друзьями встретиться» (12 – Ж., 24)*

Введение практики бесплатного входа (при обязательном фейс-контроле) в большинство ночных заведений города сделало возможным поочередное посещение сразу нескольких клубов за одну ночь. Клубная ночь стала делиться на «пре-пати», «пати» и «афте-пати»<sup>2</sup>, проводимые в разных клубах.

*«Я уже сказала про свой рейс, значит в «Арене» мы встречаемся, потом «Арена» закрывается по разным обстоятельствам и потом «51-ый», он*

---

<sup>2</sup> От англ. Pre-party, party, after-party – вечеринка и то, что происходило до нее и происходит после.

*раньше круглосуточно работал или в «Феникс», который тоже круглосуточный, и продолжали отдыхать» (12 – Ж., 24)*

«Клабберы», не готовые к ночным переездам в поисках удовольствий, делают выбор в пользу «многофункциональных» ночных клубов, сочетающих в себе самые различные виды развлечений. Разумеется, есть люди, которые напротив, стремятся уединиться с узким кругом единомышленников на тематической вечеринке в небольшом клубе.

*«Допустим, «Арена». В четверг я могу сходить в ресторан «Арена», посидеть, попить шампанского, посмотреть программу, шоу, а в пятницу я иду на дискотеку, буду трястись от и до... В других есть помимо баров, боулинг, суши-бар, спорт кафе, если «Феникс» брать, то есть развлечений больше» (12 – Ж., 24)*

Таким образом, социальная группа «клабберов» включает в себя молодых людей, в значительной степени ориентированных на ценности гедонизма и свободного общения. Это преимущественно студенты, постоянно проживающие в Казани или приехавшие из других населенных пунктов республики и имеющие собственный источник дохода. Посещение клубов является для них формой социализации в дружеской среде: в этом смысле выбор клуба для посещения осуществляется не самим человеком, а скорее его личным кругом общения.

## **2. Факторы риска для молодежи, посещающей ночные клубы, в отношении употребления наркотиков.**

Согласно сложившимся в общественном сознании стереотипам посещение ночных клубов само по себе является фактором приобщения молодого человека к «группе риска». С одной стороны, в этом утверждении есть доля истины: гедонистическое поведение человека является настолько рискованным, насколько далеко он готов зайти в поисках удовольствий и новых ощущений. Посетители клубов в этом смысле «предрасположены» к наркотическим экспериментам, поскольку для многих из них посещение клубов

и употребление наркотиков являются лишь отдельными деталями «распутной» жизни на широкую ногу.

*«[после употребления наркотиков] в клубах пьют дальше, а дома они нанюхаются с друзьями и могут дальше ехать развлекаться, искать приключения. У меня был знакомый, который мог накуриться и поехать потом кататься на «БМВ». Им очень весело» (8 – Ж., 22)*

С другой стороны, процесс наркотизации молодежи никогда не был ограничен стенами развлекательных заведений, иными словами риск приобщения к наркотикам зависит не от заведений как таковых, а от людей, которые их посещают. Так, как показало проведенное исследование, ни один клуб в городе не является специфически «наркотическим» по сравнению с другими. По мнению респондентов, приобрести наркотики можно практически в каждом ночном клубе: для этого достаточно «знать нужных людей».

Несмотря на то, что не каждый клуб обладает хорошей репутацией в отношении употребления наркотиков, полностью доверять мнению опрошенных нельзя. Как показал опрос, «клубберы» склонны позитивно отзываться о нравящихся им заведениях и критиковать нелюбимые клубы.

Как бы то ни было, к числу клубов, в которых употребление наркотиков наиболее распространено, многие респонденты отнесли «ЦКЖ» и «Арену». Эти клубы отличаются большой посещаемостью и слабым фейс-контролем, публика в них разнородна и выявить в ней наркопотребителей представляется непростой задачей.

*«Я слышал, что это «Арена», так как такие грандиозные мероприятия, организуемые, например, «Ozone-proto» способствуют большому количеству посетителей и соответственно употреблению наркотиков. Они даже снимают в «Пирамиде» помещение намного больше, чем в «Арене», для проведения этого мероприятия, соответственно там и людей, которые употребляют наркотические вещества намного больше» (4 – М., 20).*

*«Могу с уверенностью сказать, что в «Арену» пронести [наркотики] проще всего. Хотя в «Докторе» также. Просто в «Арене» больше площадь,*

*чем в «Докторе», поэтому там больше возможности «затеряться» в толпе. Получается, «Арена», что-то вроде «наркотического клуба» (23 – М., 22)*

Еще одним клубом в «зоне риска» является ночной клуб «Эпатаж» (ранее существовавший под вывеской «Коммуна»). По неофициальной информации это заведение пользуется популярностью среди «свингеров», людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией и прочих маргиналов.

*«Я вспомнил, как этот клуб называется, это Эпатаж. Там можно спокойно и накуриться. Накуриться там можно вообще бесплатно и «круглые» тоже можно достать... В «Эпатаже» там все на этом повязаны, включая охрану» (17 – М., 23)*

Из ночных клубов, открывшихся в последнее время, самым «проблемным» был признан «БарМалина» - по слухам, его владелец сам является «наркоманом со стажем», а потому окружает себя близкими по духу людьми.

*«Бар Малина» - но это лишь по слухам. Опять-таки, если верить слухам, то сам хозяин заведения принимает наркотики, а потому и посетители наверняка имеют какое-то отношение к наркотическим средствам» (20 – Ж., 25)*

Более «модным» клубам по логике должны соответствовать более модные наркотики. Многие «клубберы» верят в такое предположение и относят к «проблемным» и «Эрмитаж-Ривьера».

*«Слышал, в «Эрмитаже» уже более дорогие наркотики используют... кокаин и так далее. Это мне знакомый рассказывал, который там был, он просто зашел в туалет, а там взрослые дядьки кокаин нюхают, совершенно никого не стесняясь» (17 – М., 23)*

В свою очередь, наименее «наркозависимым» был признан недавно закрывшийся «Доктор-клуб» - в частности потому, что, по мнению респондентов, его посещали исключительно несовершеннолетние лица, для которых основным «стимулятором» является алкоголь.

*«Наименее «наркотический», скорее всего, закрывшийся «Доктор Клуб», так как туда ходили молодые люди «дошкольного возраста», и для них основная радость - просто выпить, что такое наркотики, они просто не знают» (6 – М., 22)*

Также к числу «безопасных» увеселительных заведений многие из опрошенных относили «Штат 51» и «Маяковский. Желтая кофта», отмечая, что там собирается немного иная публика, не нуждающаяся в наркотических веществах.

Условность (не)безопасной «репутации» того или иного клуба подтверждается еще и тем, что большинство подобных заведений не имеет четкой музыкальной или эстетической направленности. В одном клубе могут проводиться мероприятия разного формата, привлекающие совершенно разную публику, и соответственно, имеющие разный уровень риска.

Таким образом, вторым «фактором риска» является тематика мероприятия, которое посещает «клуббер». Некоторые из них изначально имеют четко выраженную наркотическую направленность – об этом может свидетельствовать афиша, обсуждение в сети Интернет и, конечно, собравшаяся публика.

*«Арена», конечно. Ну, когда конечно приезжают какие-то люди, вот «Infected mushroom» недавно приезжали - это было в «Пирамиде» - там 99% людей были обдолбанные» (11 – М., 22).*

*«В «Пирамиде» устраиваются частные вечеринки. Люди, которые туда ходят, 90% однозначно употребляют» (12 – Ж., 24)*

Вопрос о том, является ли музыка или эстетика тех или иных музыкальных направлений «рискованной» для молодого человека, остается открытым. С куда большей долей определенности можно сказать, что «рискованным» является принадлежность к некоторым музыкальным субкультурам (3-й фактор). По мнению многих опрошенных, некоторые направления клубной музыки – например, такие как «транс» («психоделика») –

являются особенно «наркотическими», а субкультура «трансеров» представлена исключительно наркопотребителями.

*«[зависит] от музыки, там музыка психоделического направления, в которой я думаю, средний человек трезвый не сможет. Там своеобразная шоу-программа, кому-то не нравится, есть такие люди, они ходили, но не могут понять, когда вокруг трясутся потные люди, они уходят оттуда, но если этот человек в следующий раз пришел и попробовал, то он начинает понимать почему они все трясутся» (12 – Ж., 24)*

Стигматизация трансевой субкультуры как наркотической имеет место и в сети Интернет: так, в частности, ни одно обсуждение тематической трансевой вечеринки не обходится без возвращения к теме наркотиков (кстати, запрещенной на большинстве музыкальных форумов), а информация о месте проведения мероприятия (например, летних оупен-эйров) сообщается только при личном контакте.

Еще одним традиционным наркотическим «пугалом» для родителей, отпускающих своих детей в ночной клуб, являются «драгдилеры» - распространители наркотиков, подсаживающие молодых людей на наркотики. Проведенное исследование доказывает несостоятельность данного стереотипа.

Респонденты отмечают, что распространением наркотических веществ в клубах занимаются не столько «профессионалы» («дилеры»), сколько «любители» – постоянные посетители клубов. При этом распространение осуществляется исключительно по знакомству: во-первых, так легче избежать проблем с законом, во-вторых, так с большей вероятностью можно получить качественный продукт.

*«...одному продал, он сказал, что можно купить у другого, можно сказать как порекомендовали, а так чтобы распространял среди незнакомых такого вроде бы нет» (6 – М., 22)*

Существует два типа сделок с наркотиками внутри клубов: на безвозмездной («угощение») и возмездной («продажа») основе. Оба типа сделок осуществляются в месте, скрытом от посторонних глаз - это может быть

туалет, чилл-аут или даже танцпол. Во всех случаях продавец и покупатель заранее знают друга в лицо, информированы о стоимости сделки и взаимной ответственности.

*«Лучше всего это делать в толпе, так как покупатель, как правило, знает стоимость наркотика, а тот кто продает, - знает какой нужен человеку наркотик. На том же самом танцполе, где мало света, и охрана тебя не видит» (9 – М., 25)*

Таким образом, четвертым фактором риска для «клуббера» является прямое или косвенное знакомство с людьми, распространяющими наркотики. Совершить сделку, не имея подобных контактов, практически невозможно.

Не подтвердилась в ходе исследования и гипотеза о том, что в процесс распространения наркотиков вовлечена администрация ночного клуба. С другой стороны, большинство респондентов уверены, что администрация информирована о происходящих сделках, но не готова полностью препятствовать им. Этому есть много причин. Во-первых, большинство «клубберов»-наркопотребителей являются состоятельными людьми, тратящими в баре значительные денежные суммы. Устранение их из клуба неизбежно повлекло бы финансовые потери.

*«...человек тратит деньги в клубе. Если он в таком состоянии и не мешает людям, то он спокойно может там находиться» (9 – М., 25)*

*«Не знаю, как они (персонал) относятся, но они наверняка в курсе. Если это им выгодно, то они не стремятся это устранить» (1 - М., 31 год)*

Во-вторых, многие наркопотребители относятся к числу VIP-клиентов, постоянных посетителей клуба, своеобразных «лидеров мнений» в клубной тусовке. Присутствие их на танцполе и в баре делает честь клубу, привлекает новых посетителей, что также не позволяет применить к ним жесткие санкции.

*«Администрации клуба очень выгодно иметь клиентов, употребляющих наркотики. Просто потому, что любой наркотик, вызывает привыкание. А если клиент употребляет дорогой наркотик (кокаин, к примеру) и знает, что в этом клубе ему не станут препятствовать его употреблению, он снова*

*придет в этот клуб. Люди, которые имеют различные «VIP – карты», возможно, занимаются этим, потому что при входе в клуб их «фейс-контроль» значительно снижается. Они могут пройти даже в состоянии опьянения» (20 – Ж., 25)*

В-третьих, респонденты не исключают возможности «откупа» наркопотребителей от требований администрации клуба.

*«Думаю, что финансовым путем можно обойти, ведь деньги решают сейчас все. Можно заплатить и тем самым остаться в клубе» (3 – Ж., 22)*

В целом же, прямая реализация наркотических веществ в ночных клубах не представляется возможной. Наркотическая репутация, придающая клубу имидж загадочности и отсутствия ограничений, – это чересчур большой, неоправданный риск, тем более, что существенную прибыль клубу приносит реализация алкогольных и табачных изделий.

*«Если говорить про злополучную «Станцию», то ходили слухи, что администрация этому и способствовала, то есть сама администрация была в этом завязана, но в остальных клубах, это не тот бизнес, которым бы они хотели заниматься, есть и другие более легальные наркотики, которые можно продавать и получать на этом немалые деньги» (22 – М., 23)*

Таким образом, отношение администрации большинства казанских клубов к распространению и употреблению наркотических средств можно оценить как «осторожное». Иными словами, спокойное употребление наркотиков, не сопровождающееся неадекватным поведением, не привлекающее внимание других посетителей, службой безопасности большинства клубов не пресекается

*«Эти люди, во-первых, не заинтересованы ходить и высматривать, кто и чем занимается. В их обязанности входит следить за порядком – чтобы не было драк, перепивших людей. И, во-вторых, в большинстве случаев, даже если кто-то и «ходит с надзором», в той толпе, которая по обыкновению там собирается, невозможно понять, кто чем занимается. За всеми не уследить.*

*И определить, находится ли человек в наркотическом или алкогольном опьянении очень сложно (20 – Ж., 25)*

Для обычного посетителя ночных клубов, не употребляющего наркотики, контакты с наркопотребителями довольно привычны. Подавляющее большинство респондентов могут распознать на танцполе людей, находящихся в состоянии наркотического опьянения, и даже определить тип принятого ими наркотика. Сомнительно, что служба безопасности не в состоянии этого сделать.

*«Один случай из моей жизни, когда я была в «Эрмитаже» на улице Парина. Девушка, сидя на диване, достала пакетик с порошком, приняла дозу, откинулась, а охранник, стоящий рядом, отреагировал на это абсолютно спокойно» (08 – Ж., 22)*

Таким образом, к числу основных факторов риска приобщения к наркопотреблению в клубах относятся:

- Сам факт посещения клуба, поскольку любые гедонистические практики чреваты развитием стремления к поиску новых ощущений;
- Выбор в пользу специфического тематического мероприятия (вечеринка в небольшом клубе, привлекающая аудиторию, склонную к наркотическим экспериментам);
- Интерес к андеграундным музыкальным направлениям (транс) и приобщение к соответствующей субкультуре;
- Знакомство с «драгдилерами» или посетителями клубов, имеющими подобные знакомства;
- Личный контакт с людьми, употребившими наркотики, внутри клуба.

Все эти 5 факторов, прямо или косвенно могут способствовать началу экспериментов с употреблением наркотических средств.

### **3. Употребление наркотиков в ночных клубах: популярные виды наркотиков, мотивация к употреблению.**

Как показывает исследование, наркотические практики достаточно распространены среди постоянных посетителей ночных клубов, считающих это своим стилем жизни.

*«...у нас в стране так сложилось, это менталитет, это так же как сходить в институт. У нас мало народа, который не употреблял наркотики. Любого прохожего можно назвать. Это распространено» (25 – М., 20)*

В определенных кругах присутствие наркотиков в клубах считается показателем «продвинутой», модности публики, а потому является неотъемлемой чертой «ночной жизни»

*«Где молодежь более продвинутая, там больше потребляют наркотики чем пьют алкоголь» (18 – М., 25)*

*«Не то, что прекратить, а просто с каждым разом пропадает интерес к клубам и к таблеткам, вне клуба я это не вспоминаю, чем меньше в клубах, тем меньше думаю об этом» (12 – Ж., 24)*

Молодые люди, посещающие ночные клубы время от времени и не имеющие контактов с лидерами «клубной тусовки», не подвергаются риску специфически клубной наркотизации. Тем не менее, подавляющее большинство «клубберов» достаточно редко сталкивается с правоохранительными органами и не привлекаются к уголовной ответственности.

Как и во многих других молодежных группах, большинство посетителей клубов лишь «экспериментируют» наркопотребление и редко заходят дальше опыта первых проб, отказываясь от систематического употребления наркотиков.

Так, многие опрошенные посетители ночных клубов признавались, что ранее несколько раз «курили травку» в компании друзей или употребляли «таблетки», собираясь в ночной клуб.

*«Популярны более легкие наркотики, таблетки, потому что они придают больше активности, они говорят, что после них они находятся в таком «драйве» (6 – М., 22)*

Как показывает исследование, клубная среда предполагает употребление стимуляторов (амфетамины, кокаин), а также галлюциногенов (марихуана, LSD). Транквилизаторы (особенно те из них, которые употребляются внутривенно, например, героин) распространены гораздо реже, главным образом потому, что оказывают нежелательное для «клубберов» успокаивающее, седативное действие. Употребление наркотиков внутривенно в клубной среде слабо распространено еще и потому, что, по мнению опрошенных, быстро приводит к тяжелым формам зависимости, несовместимым с «клубной жизнью».

*«В общем-то они [потребители «тяжелых» наркотиков] долго и не держатся, они стараются все ставить на наркотики, они и из клуба куда-то пропадают и нервными становятся» (10 – М., 23)*

Учитывая, что большинство «клубберов» имеет не очень высокий уровень дохода, относительно дорогие наркотики, такие как героин и кокаин, им не всегда доступны. Кроме того, в большинстве клубов просто нет подходящего места для их употребления.

*«Они не входят в широкий ассортимент, к ним надо долго идти. Надо, чтобы тебя человек знал, а так в принципе можно достать» (10 – М., 23)*

Наркотический дебют большинства посетителей ночных клубов, как правило, происходит в дружеской компании и за пределами клуба. Наиболее популярным наркотиком «для первого раза» является марихуана («травка»). В подавляющем большинстве случаев молодой человек получает наркотик бесплатно, но вполне осознанно, в поисках новых ощущений.

*«Мне просто было интересно его попробовать и многое слышал про наркотик по телевизору, что они вредно влияют на организм, что они вызывают привыкание и идет разрушение организма, но есть же деление у*

*наркотиков между «легкими» и «тяжелыми». Травка относится к «легким» и в мусульманских странах ее курят, вот я и решил попробовать» (10 – М., 23)*

Поскольку во многих случаях первое употребление наркотических средств происходит в больших дружеских компаниях, вследствие развития групповой динамики человеку бывает «неудобно» отказаться от предложения попробовать наркотик. Важную роль для «нейтрализации» страха перед последствиями приема наркотика играет личность опытного наркопотребителя, собственным примером доказывающего безвредность наркотических практик.

*«...так называемую «травку» я пробовал. Это было достаточно давно, где-то в 19-20 лет ... Как у всех, это было в большой компании, мальчишеской ... да че ты, ты не пацан что ли . это конечно после алкоголя было Это никто не называл наркотик, просто покурили, вместе с табаком. Просто какой-то интерес, невесомость. Любопытство. Интерес: все пробуют и я вместе со всеми. Просто интерес. «Попробуй травку покурить», - а не говорили: «попробуй наркотик» (9 – М., 25)*

В большинстве случаев новичку предлагают попробовать не «наркотик», а «приятные ощущения», что существенно снижает чувство опасности.

*«Да, [знакомый] уговаривал, говорил, что нет ничего страшного в этом, просто попробуешь и повеселишься. Говорил, что расслабишься и стряхнешь дневной стресс» (10 – М., 23)*

«Обещания», выдаваемые начинающему наркопотребителю, достаточно типичны – это расслабление, улучшение самочувствия, повышение восприимчивости к окружающему миру.

*«Обещали небо в шоколаде и довольно хорошие ощущения. Незабываемые ощущения, сердце выскочет из груди, улучшается мышление. Люди, которые употребляли, они могли сесть и весь кроссворд отгадать и любой сложности. Память улучшается, а физиологические возможности просто возрастают. Можно пробежать километры и нет одышки, подтянуться много раз спокойно» (24 – Ж., 19)*

Во многих случаях начинающий наркопотребитель знает эффекты от приема тех или иных наркотиков еще до первой пробы, поскольку они хорошо описаны в продуктах массовой культуры.

*«...везде обещается, в любом фильме и комедии. Обещали ощущение бодрости и расслабления» (25 – М., 20)*

Дальнейший выбор в пользу того или иного наркотика осуществляется в соответствие с мотивацией наркопотребителя. Согласно классификации Национальной комиссии США по делам злоупотребления наркотиками и марихуаной, основными мотивами клубного наркотизма являются любопытство, расслабление, стимуляция и поиск<sup>3</sup>. Наиболее распространенными, судя по данным исследования, среди посетителей клубов являются второй и третий мотивы.

Посетители ночных клубов уверены, что предпочтения среди наркотиков напрямую зависят от того состояния, которого ищет потребитель.

*«Это зависит от психики человека. Одному нравится одна книга, другому - другая. Кому-то нравится «Битлз», кому-то – транс» (11 – М., 22)*

*«Если касаемо клубов и делить по субкультурам... то транс - это синтетические наркотики, поп культура - трава, Хаусу и гламурная тусовка любят кокаин и таблетки, то есть синтетические, которые придают энергетик» (35 – М., 33)*

Тем не менее, ощущения после приема одних и тех же наркотиков у разных людей могут существенно различаться, а потому классификация наркотических средств по мотивам их употребления является достаточно условной

*«Иногда после употребления наркотиков просто тупо катаемся на машине. Просто отдыхаем, желание побеситься. Дело в том, что когда люди пьют – после их тянет на агрессивные действия. После употребления наркотика просто возникает желание отдохнуть, расслабиться,*

---

<sup>3</sup> Подробнее об этом см.: Салагаев А.Л., Шашкин А.В. Наркотизация молодежи в группах риска: от изучения к профилактике. – М., 2004 – С.12-13

*повеселиться. Но опять – таки, у каждого человека разная переносимость организма наркотических веществ. Кто-то после любит разогнаться и поехать по городу со скоростью 150 километров в час. А некоторые 40 километров уже не выдерживают. Бывает, что едешь в маршрутке домой, и тебя накрывает. Думаешь: «Господи, сейчас взлетим». Опускаешь голову и думаешь, как бы побыстрее доехать до дома» (23 – М., 22)*

Те из «клубберов», кто движим мотивом «расслабления» («рекреационисты») предпочитают употреблять наркотики каннабиоидной группы. Как правило, употребляются эти наркотические средства большой компанией для повышения «качества» общения. Потребители отмечают появление у них чувства расслабления и покоя, беспричинного веселья, самодостаточности и беспроблемности.

*«так уж покурил травку, нравится как расслабляется организм, появляется самодостаток» (10 – М., 23)*

*«Ну, в другом ключе общение происходит, смеяться хочется. Ну не знаю. В другое состояние приходишь, чем в обычные дни, расслабляешься. Это так же как алкоголь. Что происходит, когда пьешь алкоголь? Пьянеешь. Как объяснить опьянение? Так же и травка. Покурил - накурился. Тоже какое то состояние есть» (18 – М., 25)*

Универсальность «травки» как наиболее популярного наркотика во всех молодежных группах объясняется распространенностью стереотипов о «травке» как о самом «легком», «природном» наркотическом веществе, не вызывающем привыкания и тяжелых отходных периодов после приема.

*«Да не опасно, потому что это природный наркотик. Если брать химические наркотики, которые в лаборатории делают, то это да, я уверен, что это вредно. А «травка» - я уверен – она абсолютно не вредна. Т.е. это так же вредно, как пить алкоголь, курить сигареты» (18 – М., 25)*

В том случае, если основным мотивом наркопотребителя является «стимуляция», выбор делается в пользу специфически клубных наркотиков – «таблеток» (амфетамин, экстази, MDMA и пр.) Препараты этой группы

применяются «клубберами» ситуационно, для достижения определенного состояния – например для того, чтобы получить дополнительную энергию на танцполе. Главным преимуществом наркотиков-«стимуляторов» является доступность и удобство в применении.<sup>6</sup>

*«В клубах оптимально это таблетки, не запалишься, легко выпить. Подошел к стойке, достал из кармана и употребил» (19 – Ж., 23)*

Популярность «таблеток» среди «клубберов» обусловлена спецификой их наркотического эффекта – повышение настроения, прилив сил, отсутствие усталости.

*«Об ощущениях они мне рассказывали... ну у них другое мировоззрение, выезжают на всякие «афтепати». У них такая «движуха» начинается внутри» (6 – М., 22)*

*«Есть люди которые ходят в клуб после употребления наркотика, чтобы поколбаситься. Они употребляют таблетки, фен<sup>4</sup> - для них самый доступный наркотик, он бывает в виде порошка, который просто по ноздре там проводят. Экстази и еще какие-то. Однозначно в клубе, в плане расфасовки проблем нет и пронести тоже» (9 – М., 25)*

*«Прилив сил, большое желание жить, как допинг. Я запомнил одно впечатление: появляется ощущение, что можешь миллион долларов за 5 минут заработать» (18 – М., 25)*

*«Амфетамин, который когда его принимаешь, есть ощущение что-то делать и не стоять на месте. Хоть всю ночь можешь танцевать, но это, конечно, чревато бессилием на следующий день. Нужно постоянно пить, и те люди, которые хотят постоянно двигаться, и тот кто уже подсел, то начинает употреблять его часто» (10 – М., 23)*

Судя по высказываниям респондентов, препараты амфетаминовой группы, в целом, очень широко распространены в клубной среде города, а постоянные посетители клубов, экспериментирующие с наркопотреблением, неплохо разбираются в имеющемся ассортименте.

---

<sup>4</sup> Фенамин – препарат из группы амфетаминов

*«В Казани дофига всего, что угодно можно намутить: розовые, желтые, синие, смайлы, мерседесы, плейбой - каких их только нет. Помимо таблеток есть амфетамины в чистом виде, в порошке» (11 – М., 22)*

*«От разных таблеток разный эффект, может «мазать»: представляешь, как будто легла на водяной матрац. Не знаю, кому как, но мне это ощущение противно. Такое бывает, когда сильно перепил. Некоторые получают от этого кайф. Такое ощущение дают «точки»: они перемешаны с героином, и таблетки вызывают на следующий день депрессивное состояние. Почему «смайлы» – смеешься не по поводу, силы, движение, а на следующий день, что самое хорошее, нет отходняка... На «нонэйм» эффект сильнее, а на утро умрешь...» (12 – Ж., 24)*

Важно отметить, что для типичного клубного наркопотребителя «амфетамины» (также как и «травка») относятся к числу «легких» наркотиков, не вызывающих привыкания и позволяющих сохранить привычный стиль жизни

*«Например, «травка» не вызывает привыкания. Там нечему вызывать привыкание. Нет таких веществ, которые могут вызывать привыкание. Чисто с химической точки зрения. В принципе, амфетамин тоже не вызывает привыкания, но насчет этого я точно сказать не могу. По крайней мере не слышал, чтобы они вызывали привыкание» (17 – М., 23)*

Такие галлюциногены как LSD, псилоцибин распространены в клубной среде в гораздо меньшей степени. Интерес к ним испытывают лишь «клубберы-нонконформисты», занятые внутренним духовным поиском и изучением всех возможных измененных состояний. Среди среднестатистических «клубберов» таковых меньшинство.

*«Другой мой знакомый рассказывал, что он является комнатой, он накурился, и ему казалось, что его расплющило. И люди, которые его видели со стороны в этот момент сказали, что он расправил руки и сидел так в течении 10 минут. Кто-то представлял себя кораблем из «Пиратов Карибского моря». Чем сложнее внутренний мир человека, тем сложнее его галлюцинации. А*

*некоторые вообще просто ничего не испытывают. Вроде как что то было, волной какой-то накрывало и все. А каких-то эмоциональных ощущений - ничего такого не испытывают» (17 – М., 23)*

Поскольку в большинстве случаев «клубберы» обладают собственным источником дохода, наркотики они приобретают из личных средств. В отдельных случаях молодые посетители клубов приобретают наркотики на «карманные» деньги, полученные от родителей. Показательно, что, по мнению некоторых респондентов, в таких семьях наркотики могут употреблять и сами родители.

*«Многие папенькины сынки, которые богатые, им дают достаточно денег...они [родители] и сами, мне кажется, изредка покуривают, это ведь легкое. Я так слышал» (10 – М., 23)*

Изучая мотивацию клубного наркопотребления, необходимо понять, что большинство «клубберов», имеющих опыт употребления наркотических веществ, не считают себя наркопотребителями. Систематическое употребление наркотических средств не воспринимается ими (и клубным окружением) как проблема, требующая немедленного вмешательства.

*«...для них это не проблема, они просто считают это употребление для них только ради удовольствия. Все равно что я приму банку пива и буду также развлекаться. Они ставят себя на ту же ступень» (9 – М., 25)*

Таким образом, происходит нормализация наркопотребления и нейтрализация чувства опасности перед ним. В клубной среде наркотики начинают восприниматься как альтернатива алкоголю, сопоставимая как по стоимости и доступности, так и по оказываемому действию: в случае ситуативного употребления повышает настроение и снимает барьеры.

Возможно, в какой-то степени наркотизация клубной молодежи является обратным эффектом антиалкогольной пропаганды. Люди, не употребляющие спиртные напитки, для изменения состояния сознания начинают принимать наркотики. При этом большинство посетителей клубов считает собственные

наркотические эксперименты временным проходящим явлением, свойственным для молодого возраста.

*«Сейчас, в принципе, все люди употребляют наркотики - кто чай, кто кофе, в принципе да, но не такой уж он и страшный, это ведь просто травка». Ничего особенного нет, это молодежное средство, лучше чем алкоголь, который вызывает агрессию, а травка расслабляет и умиротворяет. Я не считаю себя зависимым, просто хорошо покурить при хороших знакомых и при хорошей обстановке. Почему бы не попробовать и не покурить» (10 – М., 23)*

*«Первые годы моего употребления это было раз в 3-4 месяца. Я раз в пол года накурюсь, о, клево, интересно. А потом подумал, что намного интересней курить, чем бухать, минусов, значит, меньше» (11 - М., 23)*

Совместное употребление алкоголя и наркотиков в большинстве случаев считается нежелательным, а иногда и опасным. Предпочтительным вариантом в таких случаях является вода или чай.

*«Ну, вот я говорю, что, например, повышается спрос на чай. Когда человек употребил наркотик, то он пьет очень много чая. Как мне рассказывали, таблетка под воздействием горячего чая начинает еще лучше действовать» (37 – Ж., 24)*

Тем не менее, в некоторых случаях употребление алкоголя совместно с наркотическими средствами встречается и является попыткой «догнаться», получить желаемые ощущения.

*«Да, если человек ожидал чего-то большего, то он пытается «наверстать» это с помощью алкоголя» (12 – М., 24)*

Причина депроблематизации наркопотребления в клубной среде заключается еще и в том, что большинство «клубберов» проводит четкое различие между «торчками» - постоянными потребителями «тяжелых» наркотиков и «экспериментаторами» (психонавтами, кайфушами) – употребляющими наркотики ситуативно в целях изменения сознания здесь и сейчас. Последние практически ничем не отличаются от обычных людей – они

привлекательны, у них яркая интересная жизнь, дорогая одежда, хорошее образование и работа.

*«Я очень часто употребляю наркотики, но я не считаю себя наркоманом в классическом понимании этого слова. У меня нормальная жизнь, нормальная учеба, работа все продвигает. Я красив, одеваюсь в дорогие шмотки. Трачу много денег помимо наркотиков. То есть я сильно отличаюсь от героинового торчка, который убивать ради этого готов, сдохнуть ради дозы, готов на все что угодно. Я проживу без этого, не обломаюсь» (11 – М., 22)*

Более того, систематические наркопотребители стараются относиться к проблеме философски, отмечая, что в жизни может быть масса разных зависимостей и всех их избежать невозможно.

*«С философской точки зрения все наркоманы вокруг. Только у каждого свое: у ботаника наркотик – это книги. Все мы в какой то мере наркоманы. Меня посадили на эту иглу, и я являюсь потребителем. Я ловец кайфа» (26 – М., 22)*

В целом, отношение респондентов к систематическим наркопотребителям является отрицательным даже в том случае, если пагубная привычка затронула близких друзей и знакомых. Большинство опрошенных «клубберов» не одобряет их пристрастий, но при этом признает, что бороться (уговаривать, объяснять, противодействовать) с их зависимостью они не собираются, поскольку «это бесполезно».

*«У меня есть подружка, которая употребляет кокаин. Я отношусь к этому отрицательно, но все наши попытки как-то прекратить ни к чему не приводят, поэтому, так как я знаю ее давно, со школы и люблю ее как человека, мы и миримся как подружки» (8 – Ж., 22).*

Те из опрошенных, кто нейтрально относится к наркопотребителям, считают это личным делом каждого человека.

*«Люди все разные, так же как и судьбы, поэтому и осуждать я не могу и говорить что это плохо, это не моя миссия, есть на то родители и близкие.*

*Если бы мои близкие - то да, а это только мои знакомые, одноклассники, которые употребляют наркотики, я их не могу судить» (28 – Ж., 22)*

Опрошенные посетители клубов делят наркопотребителей на две категории: «адекватные» люди, контролирующие частоту употребления наркотических веществ, и «торчки», уже перешедшие границу дозволенного, а потому они исключаются из круга общения.

*«Я отношусь нейтрально. Человек может употреблять наркотики и вести себя достойно, и быть семьянином. Вести работу. А может и быть полностью лишен нормального состояния, с такими я не общаюсь. Я общаюсь с теми, которых, встретив на улице, вы и не скажете, что он употребляет наркотики. Поэтому я не отношусь к ним отрицательно. Это их сугубо личное решение» (9 – М., 25)*

«Торчки», т.е. систематические потребители «тяжелых» наркотиков, по мнению респондентов, не могут выдерживать ритм обычной жизни и постепенно сходят с дистанции, теряя интерес к клубам. Таким образом, клубная среда является своеобразным «фильтром», отсеивающим наркопотребителей, не способных справиться с зависимостью.

Отметим, что от употребления «тяжелых» наркотиков – в первую очередь, героина и кокаина - респондентов удерживает, во-первых, страх зависимости, во-вторых, более высокая их стоимость.

*«Другие [тяжелые] наркотики дороже. Есть боязнь привыкания» (30 – М., 19)*

*«Конечно опасно, во-первых, это летальный исход, это от тяжелых наркотиков, а так наркотик сушит мозги и полностью просто подрывает иммунитет. Организм ослабевает, если постоянно будешь употреблять наркотик. Ну, вот таблетки они все-таки не такую большую зависимость дают, от них остановиться еще можно, а от тяжелых наркотиков, как мне рассказывали, если ты один раз попробуешь, то подсядешь навсегда» (37 – Ж., 24)*

«Клабберы» с тяжелыми формами зависимости постепенно маргинализируются, вытесняются в закрытые малые субкультурные группы (откуда, по мнению респондентов, процесс наркотизации и начинался) - этому способствует ужесточение фейс-контроля, совершенствование систем внутренней безопасности, повышение уровня жизни и пр.

*«Сегодня совершенно иные тусовки, нежели были раньше. Сейчас они стали более «гламурными». И если люди принимают наркотики, то это станет скорее какой-нибудь дорогой кокаин, потому что это – гламурно. Раньше же была тяжелая музыка, транс, которую невозможно было слушать, невозможно было понять без принятия какого-либо наркотического вещества. Плюс, снижение уровня принятия наркотиков еще связано с тем, что тот костяк, который можно было встретить в той же самой «Станции», уже ушел, он состарился, что ли. То есть люди, которых я видела года 4 назад, больше их не видно. То есть, ту культуру (наркотическую), они больше не распространяют, не несут в массы. Люди не видят этого всего, среди них этого не распространяют. Соответственно, они не принимают» (20 – Ж., 25)*

Несмотря на видимые позитивные тенденции опасность заключается в том, что посетители ночных клубов, не имеющие наркотического опыта лишь в общих чертах представляют опасность наркопотребления.

*«Если даже взять с точки зрения биологической, кокаин он разрушает подкорковые клетки головного мозга. Человек после этого становится не полноценным. И есть даже такие наркоманы, которые употребляют его каждый день, и еще если смешивают с алкоголем, то это приводит к еще более губительным последствиям» (8 – Ж., 22)*

Между тем, зная об опасностях «героина» и «кокаина», «клабберы» далеко не всегда имеют представления о последствиях употребления «клубных» наркотиков. Зачастую они и не считают их наркотиками, а потому безбоязненно начинают с ними экспериментировать, что может привести к трагическим результатам.

*«Начинаешь замечать за собой неадекватное поведение. После амфетаминов очень жесткие отходы. Если гречка ломает тебя физически, все тело болит, то амфетамин в основном долбаёт психику. Почему люди по утрам бросаются из окон на «отходосах»? Потому что тебя волнами прям черноты накрывает... Реально, ты сидишь, просто качаешься на стуле, плачешь. Жесть! Начинается неадекватное поведение. То в минус, то в плюс. Ты можешь стоять, общаться с другом, все нормально, тут же ты начинаешь на него орать, кидаться, драку можешь начать. Начинает ломать психику... Лично я очень рад, что в первые свои отходы я жил на первом этаже» (11 – М., 22)*

Между тем, по данным исследований, проведенных в Медицинской школе Маунт-Синай (Нью-Йорк, США), употребление марихуаны и других так называемых «легких» наркотиков увеличивает риск развития зависимости от тяжелых наркотиков вне всякой связи с психологическими особенностями индивида. Таким образом, даже самая первая проба может дать старт наркотической карьере «клуббера».

*«Это безусловно опасно для здоровья, и всегда начинается с малого. Человек, который употребляет синтетику, к примеру, таблетки в клубах, потом ему хочется попробовать что-то иного. Например, кокаин, хоть он и считается молодежным, хоть он и дорогой, а потом скатываются на героин» (9 – М., 25)*

Таким образом, основными мотивами употребления наркотиков посетителями ночных клубов являются «расслабление» и «стимуляция». К числу специфически клубных наркотиков можно отнести марихуану и препараты амфетаминовой группы, а также с некоторой натяжкой кокаин и галлюциногены. Основная проблема заключается в том, что посетители клубов склонны относить большинство перечисленных наркотических средств к числу «легких» наркотиков, не вызывающих зависимости. Тем самым осуществляется нейтрализация чувства опасности, способствующая наркотическому дебюту. Тем не менее, люди с реально тяжелыми формами наркотической зависимости

быстро отторгаются недавними друзьями и знакомыми и исчезают из клубной среды, создавая иллюзию безвредности наркотических практик.

#### **4. Распространение наркотиков в ночных клубах: кто, где и зачем.**

Как показывает исследование, в настоящий момент употребление наркотических средств встроено в систему межличностной коммуникации в клубной среде. Опыт наркопотребления и отношение к наркопотреблению – это один из ключевых элементов идентичности «клуббера», своеобразный маркер, по которому происходит определение положения человека в системе координат «свой-чужой». Наркопотребление – это одна из наиболее популярных тем для общения. Респонденты охотно делятся с наркотическими «коллегами» информацией об удачных и неудачных трипах.

*«Да. Рассказывают когда, что-то забавное или смешное происходит с человеком. Всегда стараются поделиться с окружающими» (30 – М., 19)*

Ночные клубы сами по себе не являются одним из пунктов наркотрафика, но несомненно привлекают внимание людей, заинтересованных в распространении наркотических средств.

*«Я думаю, что такие люди не выбирают клуб, чтобы купить там наркотики. Я думаю, проще купить на улице и, употребив, можно пойти в клуб и расслабиться. Как правило, люди приобретают у одних и тех же. Договариваешься заранее о встрече и приобретаешь. И потом идешь дальше по клубам с друзьями» (16 – М., 23)*

При этом клубные наркопотребители являются достаточно закрытой группой, проникнуть в которую непосвященному человеку бывает непросто. Закрытость группы обусловлена тем, что личные отношения в ней доминируют над обезличенными товарно-денежными. Иными словами наркотическая коммуникация имеет характер посредничества (драгдилер – посредник – наркопотребители) и осуществляется между знакомыми людьми.

*«Вот смотри: я взял 5 кругов, вечером я знаю, что поеду на оупен-эйр, поэтому я заранее позаботился, позвонил барыге, отоварился, купил 5 круглых, естественно 5 круглых мне одному в одни щипы это очень много. А что мне с ним делать, вот я на оупене, а тут я встречаю своих дружбанов, с которыми дофига уже прожито, почему бы не дать. Это точно также: вы идете с другом, вы знаете, что у друга сегодня не очень много денег, вам хочется попить пивка, почему бы не купить ему пива...» (11 – М., 22)*

*«Причем это не обязательно твои хорошие друзья, скорее наоборот, ты их знаешь, потому что ты у них покупаешь, таких людей нужно знать много, чтобы в любой момент можно было купить» (22 – М., 23)*

По мнению опрошенных, обычные посетители клубов в настоящий момент практически не вовлечены в процесс распространения наркотических средств. Подобная практика была распространена несколько лет назад, но вследствие ужесточения контроля, проведения «облав», приходиться в клуб с крупной партией наркотиков стало невыгодно.

*Нет, сейчас это не приветствуется. Если вот взять ту же самую «Арену», то 2 года назад это приветствовалось. Так как сейчас пошли жесточайшие проверки по клубам, то сейчас стараются как можно больше повышать статус клуба, и это предотвращать» (15 – М., 20)*

Таким образом, возможность коммуникации рядового посетителя с «барыгой» (наркоторговцем) сейчас практически исключается. На смену этому приходит взаимодействие через «лидеров мнения» - постоянных тусовщиков, с которыми знакомо большинство других посетителей клуба. Их личные связи с «барыгой» скрыты от посторонних взглядов, а потому выявлять схемы наркотрафика чрезвычайно сложно.

*«Люди звонят, спрашивают, а нельзя ли почитать вечерком. А ты спрашиваешь, какую тебе книгу - толстую или полтомика? Чел говорит: я сегодня полтомика, ты говоришь - 350 руб. Он говорит: хорошо. Ты говоришь, я позвоню. Звонишь барыге, отовариваешься. Едешь, встречаешься с человеком, продаешь ему» (11 – М., 22)*

В основе системы взаимоотношений между потребителем и распространителем наркотических средств лежит простейший закон рынка – «спрос определяет предложение». В подавляющем большинстве случаев активность проявляет исключительно потребитель – он самостоятельно принимает решение, осуществляет поиски предложений и платит деньги. Непосвященному человеку никто не предложит купить наркотик, а тем более никто не продаст или заставит принять его насильно.

*«Вообще, у нас не Запад, где легко подходят и уводят с собой люди, распространяющие наркотики. На самом деле это очень и очень редко встречается в ночных клубах» (20 – Ж., 25)*

Высказывания респондентов свидетельствуют о существовании как минимум двух категорий распространителей наркотических средств: те, кто осуществляет мелкие продажи и на вырученные средства приобретает наркотики для личного использования («наркуши»), и те, кто делится наркотиком бесплатно («дружбаны»).

*«Это было года два назад. Просто сам употреблял - курил. А потому, таким образом доставал деньги себе. Продавал, получал прибыль, доставал себе. Плюс, знакомые, друзья просили достать. Ну, зачем я буду находить какого-то посредника, когда я сам в состоянии продать и сам забрать себе вырученные деньги, правильно? Распространял самую обычную траву» (23 – М., 22)*

*«Кто-то на этом наживает, кто-то продает подороже – это, например, траву продаешь, оттуда «ап», чуть-чуть и тебе хорошо... Лично мне кажется, что это банально и глупо, наживаться на 50 руб. Что такое 50 руб. - проехать 1 раз в маршрутке. Это глупо... Объемами [продавать] - это ты уже барыга. Поэтому я просто помогаю людям. Когда им что-то нужно, меня это не обламывает» (11 – М., 22)*

Контакт распространителя с барыгой происходит, как правило, на нейтральной территории (не в клубе), подальше от посторонних глаз.

*«У нас есть такой район – «Квартал», там, наверное, рынок. Большинство людей живут на Квартале, которые торгуют. Созваниваешься - сколько стоит? Можно ли подъехать? Могут в машине передать, можешь в квартиру подняться» (12 – Ж., 24)*

*«Чаще всего это Квартала. Ново-савиновский район. Употребляют в московском районе. А места трудно сказать. На Горках, Южная трасса, Зорге, Роторная, Даурская - в этих местах много поставщиков, и там интересные цены. В машинах, в подъездах. Правоохранительные органы не больно обращают на таких людей. Мало ли что они могут делать во дворах» (15 – М., 20)*

Таким образом, для начала наркотической карьеры молодому человеку недостаточно просто начать посещать клубы, необходимо еще и завести полезные знакомства. Начав с малого – единичных употреблений в дружеской компании – «клуббер» постепенно приобщается к «тусовке», знакомится с «дружбанами» и «наркушами» и тем самым увеличивает для себя шансы перехода на систематическое употребление наркотиков

*«Ну, ты пытаешься съехать, ты понимаешь, чем дальше ты будешь в это погружаться, тем труднее будет бросить. Ты начинаешь марафонить, а потом все – бах! - прозрение чуть-чуть. У кого-то это раньше бывает, у кого-то позже. Кто-то не успевает прозреть, кто-то сдохнет до этого или сядет в тюрьму. Кому-то хватает мозгов вообще не марафонить, «пинаться» раз в 3 месяца и тогда вообще ничего не будет» (11 – М., 22)*

Алкоголь в таких случаях бывает полезен для наркопотребителей для того, чтобы сойти с «марафонской» дистанции.

*«Куришь гашиш и траву, можно пить - прямо нажраться в дерьмо. Тебя не долбает, ты на следующее утро просыпаешься и все перекрывает похмелье. После «фена» чувствуешь - спать ты еще не можешь, но мысли уже начинают глодать - прямо в этот момент хорошо накуриться или напиться... Вот я всю зиму марафонил и потом месяц бухал, и вроде все начинает выравниваться» (11 – М., 22)*

Постепенно систематическое употребление наркотиков изменяет запланированные мотивы их употребления: вместо ожидаемого «украшения» жизни появляется зависимость, которую невозможно устранить.

*«Замкнутых кругов там много получается. Да, ты пробуешь, ты живешь клево, интересно, все офигенно и так день за днем. Так часто с алкоголем бывает. Ну у тебя какие -либо жизненные проблемы, ты думаешь, блин, надо хоть как-то расслабиться на вечер. Дай-ка пойду косяну. Куплю пару «круглых» и будет здорово» (9 – М., 25)*

В том случае, когда употребление наркотиков становится «марафонным» – несколько раз в неделю и чаще – приобретение наркотических средств у распространителей становится невозможным или невыгодным. Вследствие этого «клуббер»-наркопотребитель вынужден идти на личный контакт с «барыгой» и приобретать большие объемы наркотиков. Одновременно с этим происходит разрушение прежних социальных связей и личности человека.

*«...начинаешь марафонить, это значит что ты постоянно фигачишь. Если ты 2-3 раза в неделю фигачишь - это уже марафон. Фигачишь и фигачишь, проблемы исчезли, все здорово. Но круг замкнутый из-за того, что ты фигачишь, у тебя появляются другие проблемы, потом ты забиваешь. На многое, на работу, учебу, личные какие то отношения. На многое забиваешь, и вообще тебе это кажется глупостью и бредом. Зачем этим заниматься - есть же «дороги». И все. Бах, замкнутый круг-то понесся уже. Только вот потом начинаются с психикой уже проблемы» (11 – М., 22)*

Таким образом, наркотическая карьера «клуббера» во многих случаях начинается с несерьезного экспериментирования с «легкими» наркотиками, а заканчивается тяжелыми героиновыми или амфетаминовыми «марафонами». Ключевую роль в процессе наркотизации молодых посетителей клубов играют их более опытные друзья или знакомые, бесплатно или за умеренную плату предлагающие попробовать «новые ощущения». Интенсивность наркотических практик в дальнейшем определяет множество факторов, главным из которых, несомненно, является социальное окружение, микросреда взаимодействия

«клуббера». Тем не менее, решение о наркотическом дебюте «клуббер» всегда принимает самостоятельно, что возлагает на него всю полноту ответственности.

## **5. Предотвращение употребления наркотических средств в ночных клубах: оценка эффективности работы.**

Как отмечают «клубберы», существует три основных способа доставки наркотических средств в клуб: пронести с собой, употребить «до» и пройти в состоянии опьянения и приобрести непосредственно в клубе.

*«Зачастую приносят заранее, а после употребляют их в клубе, или до входа в клуб употребляют. Третий вариант - это приобрести в клубе. Они все распространены, а выгоднее покупать за пределами клуба. Цена за наркотик в таком случае намного дешевле чем в самом клубе» (19 – Ж., 23)*

Каждому из этих способов соответствуют определенные контрмеры, осуществляемые как руководством, так и правоохранительными органами. Наиболее распространенным барьером, предотвращающим проникновение в ночные клубы лиц в состоянии наркотического опьянения, а также распространителей наркотиков, является фейс-контроль и досмотр личных вещей на входе в заведение.

По мнению опрошенных «клубберов» именно эта мера требует ужесточения. Прохождение через металлоискатель и банальный обыск рассчитаны главным образом на выявление холодного оружия у посетителей заведения и не могут установить наличие при них наркотических веществ.

*«На входе ведь только металлоискатель, там ведь полностью не обыскивают. А наркотик вещь маленькая. Хоть в кармане или носке можно спрятать» (1 - М., 31)*

Существует множество способов спрятать наркотик – в обуви, в нижнем белье, в кошельке, в пачке сигарет, в дамской сумочке и пр. – и тем самым пронести его в клуб.

*«Положил таблетку или грамм в кошелек, кто туда полезет, там деньги лежат» (5 – М., 29)*

*«...ворота, через которые проходят - это металлодетектор, а наркотики они не определяют. Если даже собаки не могут учуять наркотики через синтетику, то о чем уж говорить. Их можно засунуть в любое место - тело, одежда, это не проблема. ... но лучше всего конечно употребить до входа в клуб. То есть, пока у тебя нет никаких клинических признаков. Спокойно входят и проходят фейс-контроль, а там их уже «распирает» (9 – М., 22)*

Опытные наркопотребители относятся к процедуре фейс-контроля скептически: обладая статусом vip-клиента, они могут вообще ее не проходить. Показательно, что обнаружение наркотика у посетителя при входе является скорее исключением из правил, следствием невнимательности или забывчивости клуббера. Между тем, даже в том случае, если посетитель вызывает подозрение у службы безопасности, и наркотик обнаруживается, можно выйти из положения – по словам опрошенных, достаточно просто обронить таблетку/пакетик/сверток и не обращать на него внимания, как будто не имеешь к нему отношения.

*«Стандартная тема - ты берешь таблетку зажав ее между пальцам, берешь и несешь. Поднимаешь руки если что. Если что, ты разжимаешь пальцы, и она у тебя выпадает. И все, так по-разному бывает. У меня бывало я влетал в «Арене», когда я заходил в «Арену» у меня таблетка лежала в кармане просто потому, что я тупо забыл про нее, я забыл что она там лежит» (6 – М., 22).*

Менее опытные наркопотребители, опасаясь возможных санкций со стороны администрации клуба, предпочитают употребить наркотическое вещество за пределами клуба и, воспользовавшись тем, что его действие начинается с некоторым опозданием, успевают пройти в клуб без ярко выраженных признаков наркотического опьянения.

*«Обычно все едят прям перед входом, ты - бам - сожрал таблетку, пинать она тебя начинает где то через час И прекрасно смело проходишь охрану прямо фейс контроль прекрасно проходишь, все тебя пинает начинает уже в клубе все здорово все отлично. На кармане у тебя ничего нет, потому что все что у тебя было ты уже все съел. При здоровом уме адекватной голове, ты нормально можешь со всеми разговаривать ну иногда приходится постараться» (18 – М., 25)*

Предварительное употребление наркотиков свойственно тем «клуберам», которые не имеют необходимых знакомств или свободных средств для того, чтобы приобрести наркотическое вещество внутри клуба. Отметим, что большинство опрошенных считают, что стоимость наркотика «внутри» существенно выше его стоимости «снаружи».

*«...думаю, дороже чем на улице, потому что в клубах всегда все дороже. Наверное, и наркотики тоже дороже, с учетом того, что там можно сразу и потанцевать и расслабиться в одном месте» (3 – Ж., 22)*

Завышенная стоимость наркотических веществ в клубах обусловлена спецификой ситуации повышенного спроса и ограниченного предложения,

*«Цена выше по сравнению с уличной, так как там ограниченное пространство, и меньше источников у кого можно выбрать» (10 – М., 23)*

Пройдя через фейс-контроль внутрь клуба, клуббер употребляет наркотик/начинает испытывать его действие и стремится слиться с общей массой посетителей.

*«...заныкать куда-нибудь в носок, закинуться прямо в клубе и с танцпола уже не вылезать. Если с танцпола вылезешь, то спалишься. На танцполе вроде все двигаются» (17 – М., 23)*

Вообще, место для употребления наркотика выбирается ситуативно и зависит как от типа наркотика, так и от дальнейших планов потребителя. К числу наиболее «удобных» мест относятся: танцпол (темно и многолюдно), чилл-аут (темно и немногочисленно) и туалет (возможность уединиться на долгий

срок). Очевидно, что именно в этих помещениях клуба служба безопасности должна быть особенно внимательна.

*«Если амфетамин - то его в клубе, если покурить - то куда-то на квартиру. По разному. В туалетах, и желательно чтобы тебя не видели. А таблетку и так можно запить. А если покурить - то надо куда-то выбраться» (10 – М., 23)*

Главная проблема выявления наркопотребителей внутри клуба заключается в том, что по внешним признакам в условиях ограниченной видимости их практически невозможно отличить от общей массы «клубберов». Человек, употребивший наркотик, но при этом не утративший адекватность восприятия и поведения, не вызывает подозрения у администрации клуба и может беспрепятственно оставаться в клубе.

*«Ну, а в целом, если вести себя спокойно, не выделяться, не вести себя неадекватно, не начинать танцевать вне танцпола, не выражаться громко и не валяться по полу, никто ничего не заметит, и слова поперек не скажет» (20 – Ж., 25)*

Единственное, что привлекает внимание сотрудников службы безопасности, это необязательные аксессуары, призванные скрыть визуальные признаки наркотического опьянения или свидетельствующие о равнодушии посетителя к своему внешнему виду. Речь идет о темных очках, бутылке с водой в руках и нетипичной для клуба одежде – мешковатые джинсы, толстовки или водолазки с длинным рукавом и пр.

*«Девочка приходит в джинсах, кроссовках, футболке, в очках, она пришла танцевать. Они будут к ней придирчивей, чем если она придет на каблуках и в платье, будет сидеть в баре - на таких не смотрят» (12 – Ж., 24)*

*«По себе знаю, они все равно высматривают. Допустим, идешь в туалет, они смотрят, если ты с минералкой, то, возможно, ты хочешь запить таблетки или покурить, а если ты в очках еще, то они заходят, проверяют, даже обыскивают» (12 – Ж., 24)*

Факт распространения наркотических веществ в ночных клубах зафиксировать еще сложнее, чем факт употребления. Внутри клуба склонны приобретать наркотики те из посетителей, кто заранее не планировал их употребление или по каким-то причинам не успел приобрести снаружи.

*«Если посетители заядлые, то им, в принципе, все равно, что принести с собой, что купить уже в клубе. Но в основном люди приносят с собой. Но это не связано с ценой на наркотики. Просто осознание того, что совершенно не нужно лишней раз светиться, узнавать про всех, кто этим также занимается» (23 – М., 22)*

Как правило, продажа/передача наркотиков в клубе может осуществляться как в уединенных помещениях (туалет), так и в людных местах (бар, танцпол)

*«Обычно это происходит в туалете: заходят двое и передают через низ дверцы. Обычно дверцы они не опускают до пола. Это первый способ, достаточно распространенный, но не самый хороший способ. Второй способ - это перед баром, там перед баром обычно все толкаются, в том же «Докторе» особенно в праздники ты можешь передать деньги и получить таблетки. Еще один из способов - это два человека, одному ты передаешь деньги, другой тебе передает таблетки. Это происходит через столкновение, т.е. нечаянно стукнул человека и у него через руку получил» (29 – М., 19)*

Фактически единственным способом противодействия массовому употреблению наркотиков в ночных клубах является проведение антинаркотических рейдов, организуемых правоохранительными органами совместно с сотрудниками Федеральной службы РФ по контролю за оборотом наркотиков. «Силовые» методы решения проблемы с привлечением ОМОНа и СОБР, как правило, не дают значимого результата: наркоторговцы и распространители успевают покинуть клуб или избавиться от товара.

*«Приезжают специальные наряды. Затем ставят всех вдоль стенки и просто смотрят по глазкам. Если глаза шальные – увозят. У кого очки одеты – снимают очки, если глаза не нравятся, тоже увозят. Ну, разумеется, и здесь*

*не обходится без «подставы». Те, кто «сверху», определенно знают, когда будут облавы. И буквально незадолго выцепляют людей, которые им нужны, потеря которых для клуба станет просто не выгодной. То есть остаются внизу лишь те, кто «залетом» приехал в клуб, не местные или кто одноразово здесь отдыхают» (23 – М., 22)*

Во многих случаях респонденты, задержанные по подозрению в употреблении и распространении наркотических веществ, выходят «сухими из воды» и отделиваются легким испугом.

*«Я ни разу не видел, чтобы кого-то поймали... как правило, у него просто отнимают и выгоняют из клуба, отпускают. Как правило, отслеживают тех, кто употребляет, а не тех, кто распространяет. Я ни разу не видел, чтобы ловили тех, кто распространяет, и не слышал» (18 – М., 25)*

*«Они неэффективны, потому что большинство из них остаются безнаказанными. Когда прибегают люди в форме, большинство успевает сбросить все наркотические вещества, а те наркотические вещества, которые лежат на полу, - это трудно привлечь к ответственности. И получается даже так, что люди, которые употребили или распространяли наркотические вещества, обойдутся только административным штрафом, потому что у нас законодательство не приняло уголовную ответственность за употребление или распространение. В связи с этим люди употребляют и не боятся ничего» (6 – М., 22).*

По мнению респондентов, даже придирчивый осмотр внешности подозреваемого в употреблении наркотиков может оказаться неэффективным. Для возвращения человека в нормальное состояние могут использоваться различные медицинские препараты.

*«Как можно избежать? Покапать «нафтизин». Зрачки становятся нормальными, при этом не зауженные, просто нормальные зрачки. Таким образом, если поставят к стенке и просто посмотрят в глаза – ничего не поймут. Ну, разумеется, если только сам не начнешь там орать, вести себя*

*так, что без взглядывания станет понятно, что человек неадекватен – следовательно, либо пьян, либо обкурен, либо обколот» (23 – М., 22)*

Показательно, что даже в тех ситуациях, когда все улики были против «клубберов», распространявших и употреблявших наркотики, молодые люди, используя деньги и нужные связи, умудрялись избежать заслуженного наказания.

*«Друзьям приходилось, они пытались пронести и кто-то их них кому то хотел дать покурить, их увозили, и там они конечно как-то пытались отмазаться с помощью денег, и в общем-то получалось» (10 – М., 23)*

По существующим правилам, задержанных наркопотребителей должны доставлять в наркологический диспансер для прохождения медицинского освидетельствования. Несмотря на то, что задержанных должны ставить на учет, в дальнейшем, судя по опыту респондентов, они продолжают жить полноценной жизнью, управляют автомобилем и пр.

*«Забирают, везут в наркодиспансер и тебя ставят на учет... Это единственное, что они делают. Мне кажется любого подростка, если поставить на учет, можно напугать... но, зная людей, которых забирали, ничего абсолютно, они продолжают жить своей жизнью, эффект нулевой» (12 – Ж., 24)*

Тем не менее, как это ни парадоксально, большинство опрошенных «клубберов» высказывается за ужесточение силовых мер. Возможно, именно силовое противодействие является единственным фактором, препятствующим свободному распространению и употреблению наркотических средств.

*«Мог бы отказаться [от наркотика], если бы рядом был милиционер. Если дают - бери, если бьют – беги» (10 – М., 23)*

По мнению многих респондентов, посещение ночных клубов в сознании молодежи неразрывно связано с употреблением алкоголя и наркотических веществ. Снятие этого стереотипа является единственным эффективным способом противодействия росту наркопотребления, а сделать это не так просто, поскольку наркотики являются одним из символов свободы и

независимости. В таком случае на помощь правоохранительным органам приходит «воспитание страхом»

*«Когда самосознание общества до этого дорастет, то можно и не принимать наркотики» (1 - М., 31 год)*

Поддержка «силовых» мер противодействия наркотизации большинством «клубберов» объясняется еще и страхом, который рядовые посетители клуба испытывают перед наркопотребителями. Для них предпочтительным вариантом являлось бы принудительное удаление людей в состоянии наркотического опьянения из клуба.

*«Я думаю, что человек, если себя уже замарал, употребляя наркотики, то таких людей потом вообще не нужно пропускать в клуб. А если видят так же, что он начинает «зависать» в самом клубе, то нужно наверное его выводить» (3 – Ж., 22)*

В целом, респонденты считают профилактические действия администрации недостаточно эффективными. В первую очередь, оставляет желать лучшего технологическое оснащение клубов.

*«Эффективно – химические датчики, собаки, профессионально обученные охранники, которые незаметно находятся в клубе и определяют наркоманов или дилеров... скрытая камера по всему клубу, но это было бы некультурно по отношению к отдыхающим» (22 – М., 23)*

Многие респонденты считают необходимостью ужесточение контроля за распространением и употреблением наркотиков внутри самих клубов.

*«Ужесточить правила и контроль над этим на входе и внутри тоже. Еще более жестко обыскивать, чуть ли не с собакой. Не смотреть на это сквозь пальцы, т.е. не по принципу «не пойман – не вор», а всех ловить» (17 – М., 23)*

По мнению «клубберов», незаслуженно забытым оказывается такой способ противодействия наркопотреблению, как внедрение подставных покупателей в систему наркотрафика. Это позволило бы правоохранительным

органам выявить как посредников наркотической коммуникации, так и «крупную рыбу» - наркоторговцев.

*«Я бы на месте администрации клуба внедрил бы подставных людей, которые пытаются купить. И соответственно знали кто и что. По моему просто это никому не выгодно и клубу невыгодно и людям» (29 – М., 19)*

Большинство респондентов трактует нежелание правоохранительных органов и администрации клубов переходить к наиболее жестким мерам как свидетельство их сопричастности к наркотрафику.

*«Больше работать с народом, с молодежью, а так я вообще не уверен в работе правоохранительных органов, потому что если такое большое количество людей знают где и как можно купить и достать наркотик, то, я думаю, так же просто взять и найти того продавца контролирующим органом. МВД или там наркоконтролем, им также просто вычислить распространителей, а какую то вести пропаганду в клубах то она там будет не уместная, и также с акциями, пусть они и будут хорошо спланируемые и спрогнозируемые, надо чтобы была интересной она. Она не лишним действием была» (35 – М., 33)*

*«Да, сажать по статье 228 по жесткому. Я думаю, что решать эту проблему надо не на уровне клубов, а на уровне «барыг», причем не простых потребителей, а именно барыг. «Барыг» же никто не закрывает, они как были так и есть» (11 – М., 22)*

Таким образом, профилактическая работа по противодействию наркопотреблению в ночных клубах осуществляется как на входе, так и внутри ночных клубов. Эффективность личного досмотра является недостаточной для того, чтобы препятствовать проникновению потребителей и распространителей наркотических средств внутрь клуба. Более эффективным вариантом представляется организация работы службы безопасности клуба в «зонах риска» - танцпол, чилл-ауты, туалеты. Профилактике наркопотребления способствовало бы немедленная диагностика и удаление лиц в состоянии наркотического опьянения из клуба. Находясь среди обычных посетителей, они

подают негативный пример и создают иллюзию «безопасного наркопотребления». «Силовые» методы работы, практикуемые правоохранительными органами, оказывают скорее психологическое действие на неопытных «клубберов». В реальности же, действительные потребители и распространители наркотиков всегда находят возможность избежать наказания. В целом, недостаточная активность заинтересованных лиц в профилактике наркотизации объясняется «клубберами» как лишнее доказательство вовлеченности милиции и администрации клубов в наркотрафик.

## **6. Виды антинаркотической рекламной продукции, эффективные для молодежной группы «клубберы».**

Антинаркотическая реклама относится к категории социальной, некоммерческой рекламной продукции. Специфика производства социальной рекламы далеко не всегда учитывается режиссерами, художниками, продюсерами и пр., а потому многие рекламные продукты профилактического характера теряются в городском информационном пространстве. Так, большинство «клубберов», принявших участие в исследовании, признались, что практически не обращают внимания на антинаркотическую рекламу. На предложение вспомнить хотя бы один телевизионный ролик, лишь несколько опрошенных смогли описать сюжеты безотносительно их смысловой нагрузки.

*«...могу привести пример по телевизору – стоят, значит, мужчина с женщиной и не могут выбрать предлог, как поговорить им с ребенком, но вот только не помню о СПИДе или о наркотиках. Но такая жизненная ситуация - как родителям можно позвонить по определенному телефону, где им могут подсказать, как можно поговорить с детьми. На тему о СПИДе и наркотиках» (2. -Ж., 29)*

*«Запомнилась одна реклама, она была очень давно, это видеоролик был, вроде того, что девушка встречается с мальчиком, он становится наркоманом, он все больше употребляет, она его теряет, в конце он умирает, и говорят «подумайте о себе и своих близких» (12 – Ж., 24)*

По мнению респондентов, размещение антинаркотической рекламы в повседневном рекламном потоке не будет иметь никакого эффекта хотя бы потому, что морализаторский посыл большинства подобных рекламных сообщений в этом случае нивелируется.

*«...обратный эффект. Если ее будут много крутить, то человека просто будет тошнить от этой антинаркотической рекламы, потеряется эффект. То есть, вот, смотришь «Галина Бланка», прокладки и оппа! - героин, ... это должна быть продуманная рекламная политика» (22 – М., 23)*

Посетители ночных клубов, не понаслышке знакомые с проблемой наркопотребления, определяют малейшую неточность или натянутость в антинаркотической рекламе. В их представлении большая часть рекламной продукции подобного рода изготавливается исключительно в целях «отмывания» бюджетных средств и не может иметь никакого профилактического действия.

*«Она просто очень номенклатурная и не добирается до потребителя, до обывателя. Она его не трогает абсолютно, а просто для него она не как диалог а как монолог, просто выброшенная в воздух реклама. Она недостаточно жесткая, и человек до конца не может прочувствовать, там потенциальный потребитель. Он не может понять, что от него хотят. И она очень приурочена к каким то декадам, месячной борьбы с наркотикам или какая то акция, это чисто идет отмывание бюджетных средств, это все делается стихийно и не качественно. И бестолково» (35 – М., 33)*

Антинаркотическая реклама мало конкурентноспособна: она проигрывает мнению ближнего окружения молодого «клуббера» по уровню авторитетности. Именно по этой причине, многочисленные антинаркотические мероприятия, проводимые в клубах, в основном не доходят до адресатов.

*«...рекламой только не убережешь. Нужна какая-то социальная мера или еще что-нибудь. Авторитет тех людей, которые предлагают наркотик, он намного выше, чем реклама по телевидению» (1 - М., 31)*

Особенно скептически воспринимают антинаркотическую рекламу те «клубберы», которые имеют личный опыт употребления наркотических средств.

*«Да, передачи интересные, бывшие торчки о чем-то рассказывают. Пугают репортера какими-то историями. Ты просто смеешься над половиной: какие вы дурашки! ... Был момент по городу висели такие отрывные листочки. Типа «Ты наркоман -позвони нам». Мы отрывали их, прикалывались дарили их друг другу» » (11 – М., 22)*

Очевидно, в данном случае речь идет о телепроекте «Лабиринт» (или ему подобном), на протяжении многих лет выходящем на местном телеканале «Эфир». Эта программа известна многим респондентам, но для большинства из них она представляет небольшой интерес.

*«Помню, была такая передача «Лабиринт» как раз про наркотики там что-то крутили. Ну, включал, но ничего не понимал о чем тут вообще речь и никогда не смотрел» (17 – М., 23)*

Неудачи большинства антинаркотических проектов обусловлены еще и тем, что они основываются на стереотипизированных представлениях о наркопотреблении: если в рекламе фигурирует потребитель, то он обязательно стигматизируется «наркоман», если речь идет о наркотиках, то о «героине». В реальности же причины употребления наркотиков очень субъективны и варьируются от человека к человеку.

*«Это зависит от человека, реклама – это, в первую очередь, информация, а человек ее по-разному воспринимает» (7 – М., 26)*

По мнению респондентов, антинаркотическая реклама рассчитана на систематических наркопотребителей, употребляющих тяжелые наркотики. В этом смысле реклама оказывается действенной, поскольку все респонденты понимают, что употребление тяжелых наркотиков опасно для жизни.

*«Я сам о них знаю, есть деление на легкие и тяжелые. Это просто как средство для расслабления, и с меньшим последствием на организм. Тяжелые вредны» (10 – М., 23)*

*«Считаю основным упущением то, что в большинстве антинаркотических рекламных акциях [используется] лозунг: «Наркотикам – НЕТ», и как знамя – перечеркнутый шприц. Для человека, который пользуется шприцом, то есть, того, кто принимает героин, этот знак ровным счетом ничего не значит. Основная масса народа сегодня принимает наркотики в виде травы. Видя в рекламе абсолютно убитого и раздавленного человека, а в конце шприц, [у человека] невольно возникает мысль – а это не про меня, я ж только курю» (20 – Ж., 25)*

Исследование показывает необходимость профилактики употребления специфически клубных наркотиков – стимуляторов. Ситуация осложняется тем, что идеалы тусовочной «клубной» жизни популяризируются в произведениях массовой культуры (музыка, кино, литература)

*«Я считаю, что самый основной наркотик, который надо избегать, - это «гречка» (героин). Лично я решил, что его надо избегать, после просмотра 1-2 фильмов, которые я бы показывал детям в школе: «Реквием по мечте» и «На игле». В классе б-ом показать, чтобы голову просто взорвало, и дети поняли, что «гречку» не надо употреблять. Про амфетамины я не видел таких фильмов. Наоборот, у меня есть друзья, которые после просмотра некоторых фильмов стали пробовать амфетамины. Ой, круто, надо попробовать!» (11 – М., 22)*

Отметим, что целеориентированные рекламные продукты гораздо чаще привлекают внимание молодых людей и запоминаются ими.

*«Я помню плакат: это крючок, на него насажен лист марихуаны, с какой-то надписью: типа, если ты будешь употреблять, ты тоже будешь на крючке. Очень запомнился мне он, в общественном транспорте. Маленький плакатик форматом 30-50 см» (18 – М., 25)*

Одним из возможных перспективных направлений антинаркотической рекламы являются обращение в телевизионных роликах к личному опыту звезд шоу-бизнеса, и других личностей, авторитетных в молодежной аудитории,

рассказывающих об имевшихся у них проблемах с наркотическими веществами.

*«...по телевизору показывают передачи, которые рассказывают о наркоманах, которые стараются завязать с этим и как это трудно сделать. Звезд показывают, которые сейчас борются с наркотиками. Вот недавно показывали передачу про Влада Топалова, который из-за наркотиков был на грани жизни и смерти» (2 – Ж., 29)*

Респонденты отмечают, что антинаркотическая реклама должна быть по возможности прагматичной. Из ее содержания должно быть понятно, что в случае развития наркотической карьеры человек может потерять многое из того, что ему сейчас очень дорого – жизненные перспективы, любовь и уважение близких и т.д.

*«Меня лично удерживает от наркотиков - это воспитание, и то, что от наркотиков я меньше получу удовольствия, нежели большие только затраты. А только зависимость и в последствии какие-то физические нарушения... А надо также прежде думать о родителях. И о будущем. О друзьях и молодом человеке» (19 – Ж., 23)*

С другой стороны, антинаркотическая реклама должна оказывать «пугающий» эффект на новичков, только собирающихся начать эксперименты с наркотиками. Достичь этого можно путем использования «натуралистичных изображений» повседневной жизни систематического наркопотребителя, обращения внимания на мрачные, пессимистичные последствия употребления наркотиков.

*«В этой рекламе должно рассказываться о последствиях: если вы попробуете, то жизнь потеряет всякие краски, можно потерять своих близких, что очень страшно, здоровье и деньги в большом количестве» (2 – Ж., 29)*

*«Показал бы трясущегося молодого человека, у которого ломки, который просыпал героин или кокаин на пол, и начал слизывать с пола. Что то в этом духе» (30 – М., 19)*

Схожий психологический эффект, по мнению респондентов, оказывает на них личное общение с человеком, избавившимся от зависимости или хотя бы отказавшимся от систематического употребления наркотиков.

*«На самом деле, на мой взгляд, то, что сейчас нам показывают, абсолютно бездейственно. Этим не напугаешь. Вот то, что ты видишь, когда встречаешь человека после употребления наркотика – вот это уже другое дело. Я, к примеру, общалась с человеком, у которого сестренка подседа, конкретно подседа на наркотик. И когда ты видишь, когда понимаешь, как деградировал человек, вот когда показывают именно этих людей, вот тогда – да, тогда возможно воздействие. А то, что просто показали табличку «Нет наркотикам!», ну и ладно. Ну, нет, значит нет. А мне какая разница? Я и дальше буду» (20 – Ж., 25)*

*«Самая большая реклама - это друзья, которые мучаются и погибают. Мне было 19 лет, и я потеряла много людей. Это были мальчики, которые умирали, которых сажали. Когда теряешь кого-то, я 100 раз думаю, прежде чем попробовать что-то новое. День стоишь на кладбище, а на следующий день не пробуешь» (12 – Ж., 24)*

Поскольку с возрастом порог восприимчивости к новой информации постепенно повышается, многие респонденты считают, что реклама должна быть ориентирована на подрастающее поколение, мировоззрение которого только начинает формироваться.

*«Она может повлиять на подростков, детей, а на взрослого человека нет. Потому что у взрослого человека сформировано свое мнение, видение этого. У детей, у подростков оно еще как бы не сформировалось, это может повлиять» (18 – М., 25)*

По мнению других респондентов, работа с «душой» человека не может осуществляться путем передачи простейших рекламных сообщений. Антинаркотическая реклама должна стать лишь звеном в цепи профилактических мероприятий, ключевым среди которых является семейное воспитание.

*«...надо воспитать человека правильно. А реклама она не воспитывает человека, надо уметь переделывать душу человека. А потом и вешать рекламу. Меня воспитали так, а если детей воспитывать по другому то можно избежать» (26 – М., 22)*

Таким образом, наиболее разумной альтернативой социальной рекламе «клубберы» считают родительский авторитет / мнение близких людей, которое способно оказать влияние на поведение потенциальных наркопотребителей.

*«Эффективные – те, которые начинаются со школы от родителей, когда идет уклад в само общество» (1 - М., 31)*

*«...на меня оказывало воздействие моих родителей в детстве, именно они мне хорошо объяснили что такое хорошо и что такое плохо» (2 – Ж., 29)*

Воздействие со стороны близких людей и родственников является едва ли не единственным способом повлиять на поведение наркопотребителя и заставить его остановиться.

*«Вся наша компания - 5-10 человек - все плотно сидели на химии, сейчас мы все пытаемся съехать, периодически об этом разговариваем: кто то беседует с психотерапевтом, кто то со своей любимой женщиной, кто-то на алкоголе, кто-то не смог остановиться и исчез из поля зрения. Все перекрыло. Психика у всех пострадала после зимы. Сейчас курим каждый день. От «кислой» (ЛСД) никто бы не отказался, если бы появилось, то прямо сейчас не отказался бы. От амфетаминов пытаемся отмазаться. Я лично, если знаю, что у кого-то есть, я этого человека избегаю. Потому что знаю, что не смогу отказаться» (11 – М., 22)*

*«Я бросил употреблять... Девушка очень сильно возмущалась, что я курю траву и сильно настаивала, чтобы я бросил» (17 – М., 23)*

Респонденты отметили, что профилактические мероприятия должны быть организованы системно и осуществляться без сбоев. Только таким способом можно добиться внимания аудитории. Профилактическая работа должна проводиться во всех местах скопления молодежи, в тех же ночных клубах.

*«Мне кажется, должна быть пропаганда против наркотиков там, где их употребляют, как раз в ночных клубах, проводить вечеринку под лозунгом «Нет наркотикам»... т.е. человек, который привык употреблять наркотики, увидит, что в этом месте пропагандируют «неупотребление» наркотиков. Может он на подсознательном уровне хоть чуть-чуть поймет. Но это время надо: так, чтобы увидел антинаркотическую рекламу и сразу бросил, не будет никогда. Человеку надо вдалбливать, постоянно» (18 – М., 25)*

Опрошенные «клубберы» справедливо отмечали, что бороться необходимо не с последствиями, а с причинами наркопотребления. Во многих случаях причиной является недостаток эмоций, поэтому в целях профилактики нужно создать условия, в которых эти эмоции могли быть компенсированы (площадки для занятий спортом и музыкой, получения образования, досуга и пр.)

*«...и сам изредка их употребляю. Хотя и знаю, что те ощущения, которые я получаю, расслабленность и кайф, можно получить совсем другим способом. Не наркотическим путем. Можно посидеть с друзьями и попить пиво - будет больше пользы. Или сходить куда-нибудь с близким человеком» (15 – М., 20)*

Таким образом, «клубберы», принявшие участие в исследовании, скептически относятся практически ко всем существующим видам антинаркотической рекламы. Низкая эффективность рекламных продуктов обуславливается несколькими причинами: стереотипизированность, шаблонность рекламного продукта; неверный выбор целевой аудитории; неправильный выбор рекламных носителей и пр. Подобная реклама оказывает «пугающий» психологический эффект только на тех молодых людей, которым вообще ничего не известно о наркотиках, для остальных она является слишком наивной. По мнению опрошенных, социальная реклама должна являться лишь звеном в цепи профилактических мероприятий, главные из которых осуществляются в семье и ближайшем окружении молодого человека.

## **7. Рекомендации по контролю за употреблением наркотических средств в ночных клубах**

1. Объединяющим признаком для представителей социальной группы «клубберы» является неустойчивость социального статуса: клубы активно посещают студенты, учащиеся школ и вузов, безработные. Большинство из них проживает в благополучных семьях, не имеет проблем с законом и никогда не привлекалось к уголовной ответственности. Социализация «клубберов» протекает преимущественно в дружеском кругу, а важнейшим фактором социализации является межличностная коммуникация в ночных клубах.

2. Стремление вести «клубную жизнь» - как один из вариантов проведения досуга - свойственно молодым людям с доминирующими гедонистическими ценностями. Для «клубберов» неизбежны эксперименты с ситуативным и рекреативным употреблением наркотических средств, а потому задача искоренения наркопотребления в клубной среде представляется невыполнимой. Речь может идти исключительно о «минимизации вреда».

3. К числу основных факторов риска приобщения к наркопотреблению в клубах относятся: сам факт посещения клуба, поскольку любые гедонистические практики чреваты развитием стремления к поиску новых ощущений; выбор в пользу тематического мероприятия, имеющего наркотическую «окраску»; интерес к специфическим музыкальным направлениям (транс) и приобщение к соответствующей субкультуре; знакомство с «драгдилерами» или посетителями клубов, имеющими подобные знакомства; личный контакт с людьми, употребившими наркотики, внутри клуба. Устранение всех этих факторов невозможно, но в случае минимизации их действия риск приобщения молодого человека к клубному наркопотреблению также будет сведен к минимуму.

4. Важной вехой на пути развития наркотической карьеры является «научение» опыту потребителя наркотических средств. Обычные посетители клубов регулярно сталкиваются с наркопотребителями внутри заведения, чувствуя себя комфортно несмотря на опьянение, и безразличием

службы безопасности по отношению к ним. Учитывая, что общение с ровесниками имеет для «клубберов» очень большое значение, контакт с наркопотребителем может способствовать началу наркотических экспериментов. Лица в состоянии наркотического опьянения должны немедленно выводиться из клуба.

5. Наркотическими веществами, популярными в клубной среде, являются стимуляторы (амфетамины, кокаин), а также галлюциногены (марихуана, LSD). Транквилизаторы (особенно те из них, которые употребляются внутривенно, например, героин) распространены гораздо реже, поскольку оказывают нежелательное для «клубберов» успокаивающее действие и имеют имидж опасных «тяжелых» наркотиков. Очевидно, что в профилактических и антинаркотических мероприятиях должны упоминаться именно специфически клубные наркотики.

6. Основными мотивами употребления наркотических веществ в клубах являются стимуляция и расслабление: в зависимости от мотива делается выбор в пользу определенного наркотика. Таким образом, профилактическая работа должна учитывать различия в мотивации и корректировать мероприятия соответствующим образом.

7. Ночные клубы являются отнюдь не единственным возможным местом приобретения наркотиков в городе и сами по себе не являются одним из пунктов наркотраффика, но по понятным причинам привлекают внимание наркоторговцев. Тем не менее, возможность контакта обычных посетителей клубов с «драгдилерами» практически исключена. Коммуникация осуществляется через посредников – более опытных постоянных посетителей клубов, хорошо знакомых со многим представителями «тусовки». Разрушение этих коммуникационных связей является залогом успеха профилактической работы.

8. Интенсивность наркотических практик «клуббера» определяет множество факторов, главным из которых, несомненно, является социальное окружение, микросреда его взаимодействия. Тем не менее, решение о

наркотическом дебюте молодой человек всегда принимает самостоятельно, что несомненно должно учитываться при определении основных направлений профилактической работы.

9. Работа по профилактике распространения и употребления наркотических веществ внутри ночных клубов должна быть интенсифицирована. Необходимо ужесточить процедуру «фейс-контроля» и личного досмотра на входе в заведение, сделав ее обязательной для всех посетителей, включая ди-джеев и обслуживающий персонал. Служба безопасности должна обращать пристальное внимание на «зоны риска» внутри клубов – танцпол, чилл-аут, бар, туалет, немедленно пресекая попытки распространения наркотических средств и выводя лиц в состоянии наркотического опьянения из клуба.

10. Одной из важнейших причин употребления наркотических средств посетителями ночных клубов является недостаток эмоций. Таким образом, задачей администрации заведения и других заинтересованных субъектов является их «компенсация» разными способами: снижение цен в баре, увеличение ассортимента развлечений и пр.

11. «Силовые» акции, организуемые правоохранительными органами и сотрудниками ФСКН РФ по РТ, должны проводиться с большей эффективностью: в настоящий момент им не хватает неожиданности, и знающие люди успевают избавиться от «товара». Кроме того, их эффективность подрывается коррупцией, поскольку большинство посетителей клубов, взятых с поличным, в дальнейшем избегает наказания.

12. Существующая антинаркотическая рекламная продукция воспринимается «клубберами» скептически. Для повышения эффективности рекламы необходимо избавиться ее от стереотипов восприятия наркопотребления, четко определить целевую аудиторию и канал распространения. Реклама должна быть прагматичной и жесткой для того, чтобы начинающий наркопотребитель мог задуматься о последствиях наркотических практик. В целом же, антинаркотическая реклама является лишь

звеном в цепи профилактических мероприятий, наиболее значимые из которых должны осуществляться в ближайшем окружении молодого человека, в его семье.