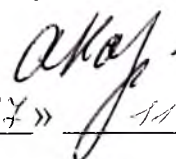


УТВЕРЖДАЮ  
Министр информации  
Республики Беларусь

  
А.Н.Карлюкевич  
«27» \_\_\_\_\_ 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Министр внутренних дел  
Республики Беларусь  
генерал-майор милиции  
Ю.Х.Караев  
«27» \_\_\_\_\_ 2019 г.

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ по профилактике наркопотребления и противодействию незаконному обороту наркотиков в Республике Беларусь на 2020-2025 годы**

Информационная стратегия по профилактике наркопотребления и противодействию незаконному обороту наркотиков в Республике Беларусь на 2020-2025 годы разработана в соответствии с пунктом 14 Комплексного плана мероприятий, направленных на принятие эффективных мер по противодействию незаконному обороту наркотиков, профилактике их потребления, в том числе среди детей и молодежи, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией, на 2019-2020 годы, утвержденного Заместителем Премьер-министра Республики Беларусь 21.03.2019.

**Оглавление**

1. ВВЕДЕНИЕ	3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ТЕРМИНОВ	4
3. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ СТРАТЕГИИ	6
4. ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ	8
5. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НАСТОЯЩЕЙ СТРАТЕГИИ	9
6. ПРИНЦИПЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ	10
7. ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ В СТРАТЕГИИ	11
8. СПЕЦИАЛИСТЫ И ИХ ПОДГОТОВКА	12
9. СТАНДАРТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ	14
10. ПЕРЕЧЕНЬ СТИГМАТИЗИРУЮЩИХ И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ТЕРМИНОВ	18

## **ВВЕДЕНИЕ**

Для эффективной деятельности по противодействию незаконному обороту наркотиков, защите жизни и здоровья граждан нашей страны, созданию условий для безопасного развития детей и молодежи, предотвращению распространения наркомании как угрозы для демографии и здоровья нации, требуется консолидация сил на основе межведомственного взаимодействия. Также, безусловно, необходимо осуществление предупредительных и профилактических мер по недопущению развития проблем наркомании.

Средства массовой информации (далее – СМИ) являются важнейшим инструментом идеологического воздействия на все слои населения. Вместе с тем в последнее время интернет, в том числе социальные сети, становятся основным каналом распространения информации, знаний и идей, особенно среди молодежи.

Настоящая Стратегия определяет цели, задачи и основные направления информационной кампании по освещению проблемы наркомании в Республике Беларусь.

Успешная реализация настоящей Стратегии во многом зависит от создания необходимых творческих и технологических условий, а также координации совместных действий республиканских органов государственного управления и иных заинтересованных участников.

## ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ТЕРМИНОВ

- Дискриминация** – прямое ущемление прав, ставящее одних граждан в худшее положение по сравнению с другими.  
 Дискриминация в обществе проявляется лишением человека его законных прав, например, отказом в трудоустройстве, увольнением с работы, отказом в медицинском обслуживании, разглашением конфиденциальной личной информации.
- Контент** – содержание (от англ. *content*) – информационное наполнение ресурса.
- Латентность** – понятие, определяющее свойство информации в значительной своей части быть скрытой, выражающееся в неполноте ее официальной регистрации.
- Незаконный оборот наркотиков** – осуществляемая в глобальных масштабах незаконная коммерческая деятельность, включающая в себя культивирование, изготовление, распространение и сбыт веществ, подпадающих под действие запретительных законов о наркотиках.
- Прекурсор** – вещество, участвующее в реакции, приводящей к образованию целевого вещества.
- Пул журналистов** – группа журналистов различных изданий, блогеров веб-сайтов, объединенных общей темой, задачей.
- Социальная реабилитация** – совокупность мероприятий, осуществляемых государственными, частными, общественными организациями, направленных на защиту социальных прав граждан.

- Социальные компетенции – социальные навыки (обязанности), позволяющие человеку адекватно выполнять нормы и правила жизни в обществе.
- Стандарт – норма, образец, эталон, принимаемые за исходные для сопоставления с ними других подобных объектов.  
 В рамках Стратегии стандарты носят статус правил, рекомендуемых для исполнения при создании, продвижении информационных продуктов.
- Стигма – предвзятое, негативное отношение к отдельному человеку или группе людей, связанное с наличием у него/них каких-либо особых свойств или признаков.  
 Стигма (от греч. *stigma* – знак, клеймо, татуировка, пятно, отметина и англ. *stigma* – клеймо, ярлык) – чрезвычайно сильный социальный ярлык, который полностью меняет отношение к другим людям и к самим себе, заставляя относиться к человеку только как к носителю нежелательной качества.
- Фокус-группа – метод качественного социологического исследования; группа людей, собранная специально с целью обсуждения определенной проблемы и дающая информацию организаторам обсуждения о возможных позициях разных людей по данному вопросу.

## АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ СТРАТЕГИИ

В целях обеспечения национальной безопасности, охраны жизни и здоровья граждан 13 июля 2012 г. был принят Закон Республики Беларусь "О наркотических средствах, психотропных веществах, их прекурсорах и аналогах", определяющий правовые и организационные основы государственной политики в сфере оборота и противодействия незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров и аналогов, а также основные направления профилактики потребления наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов.

Декретом Президента Республики Беларусь от 28 декабря 2014 г. № 6 "О неотложных мерах по противодействию незаконному обороту наркотиков" принят ряд мер, направленных на борьбу с незаконным оборотом наркотиков.

Нормами Закона Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З "О средствах массовой информации" установлен запрет на распространение в СМИ, а также на интернет-ресурсах сведений, пропагандирующих потребление наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, токсических и других одурманивающих веществ, а также сведений о способах и методах разработки, изготовления, использования и местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров и аналогов.

Для обеспечения своевременного и объективного информирования общественности о событиях социально-экономической и общественно-политической жизни страны Указом Президента Республики Беларусь от 6 февраля 2009 г. № 65 "О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации" установлен порядок взаимодействия со СМИ лиц госорганов и иных государственных организаций, ответственных за работу со СМИ.

Вместе с тем, несмотря на значительный вклад государственных органов, государственных и иных организаций в деятельность государства по противодействию незаконному обороту наркотиков и профилактике их потребления, для достижения поставленных целей необходимо принять и активизировать меры по:

- удовлетворению имеющейся потребности в доведении информации о проблемах наркомании и путях их решения до различных возрастных групп населения;
- повышению уровня знаний населения, особенно подростков и молодежи, в части влияния наркотиков на их жизнь и здоровье, уголовной ответственности за незаконный оборот наркотиков, а также о помощи,

оказываемой государственными органами, государственными и иными организациями в рамках деятельности по профилактике потребления наркотиков, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией;

- обеспечению более тесного и оперативного взаимодействия государственных органов, государственных и иных организаций, в том числе общественных, при решении вопросов освещения проблем наркомании и путях их решения;

- активному использованию интернет-инфраструктуры органами государственного управления, местными органами власти, национальными и региональными редакциями СМИ при освещении проблем наркомании и путях их решения;

- размещению соответствующей информации в социальных сетях;

- разработке и внедрению новых моделей и видов контента (так называемых вирусных видеороликов и др.) для интернет-вещания и социальных сетей по освещению проблем наркомании и путях их решения;

- разработке специальных образовательных программ для повышения уровня знаний среди разных специалистов: журналистов, редакторов, блогеров, представителей общественных организаций по вопросам противодействия незаконному обороту наркотиков, профилактике их потребления, в том числе среди детей и молодежи, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией.

Положения стратегии не противоречат законодательству Республики Беларусь о СМИ, не ограничивают свободу СМИ и носят рекомендательный характер.

Данный документ является руководством к действию для организаций, вовлеченных в партнерстве со СМИ в информационно-профилактическую деятельность по борьбе с наркоманией в Республике Беларусь.

Координатором Стратегии выступает Министерство информации Республики Беларусь, исполнителями – Министерство внутренних дел Республики Беларусь, Министерство здравоохранения Республики Беларусь, Министерство образования Республики Беларусь, местные исполнительные и распорядительные органы, другие заинтересованные совместно с общественными и религиозными организациями.

## ПРОБЛЕМНЫЙ АНАЛИЗ

Специалисты государственных и общественных организаций, представители СМИ, эксперты во время рабочих встреч, совещаний и заседаний "круглых столов", посвященных анализу эффективности деятельности по борьбе с наркоманией, неоднократно отмечали ряд проблем, решение которых должно быть предусмотрено в рамках Стратегии.

Мониторинг белорусского медиапространства и динамика публикаций также свидетельствует о наличии проблемного поля.

Среди ключевых проблемных вопросов можно выделить следующие:

- недостаток информации профилактического характера;
- преобладание в СМИ информации криминального характера над освещением данной проблематики с точки зрения потребителей наркотиков и их семей, а также семей распространителей запрещенных препаратов, и информацией о способах и возможностях получения помощи, в том числе наркологической, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией;
- недостаточное количество и качество мероприятий, проводимых в учебных заведениях и направленных на развитие социальных компетенций, навыков отказа и принятия здоровых решений, а также устранение стандартных заблуждений относительно потребления наркотиков;
- недостаточное количество качественных, актуальных и инновационных информационных продуктов соответствующей направленности;
- необходимость разработки: специальных образовательных программ/семинаров для представителей СМИ, государственных органов, государственных и иных организаций по освещению темы; рекомендаций, методических материалов по вопросам коммуникации с представителями групп населения, имеющих непосредственное отношение к проблеме;
- необходимость улучшения согласованности и эффективного межсекторального взаимодействия между государственными и общественными организациями при создании информационных материалов.

Разработанная Стратегия предусматривает решение проблемных вопросов, актуальных как для организаций, занимающихся распространением информации, так и для всех групп населения, причастных к проблеме наркомании.



## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ НАСТОЯЩЕЙ СТРАТЕГИИ

Целью Стратегии является развитие к 2025 году информационного поля страны, эффективно влияющего на снижение уровня распространения и потребления наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов, снижение латентной наркомании.

Задачи:

1. К 2021 году создать пул журналистов, блогеров, активистов групп в социальных сетях, поддерживающий и продвигающий настоящую Стратегию, а также профессионально освещающий весь спектр проблем наркомании.

2. К 2025 году обеспечить полное соответствие информационных материалов, выпускаемых при участии и поддержке государственных органов, государственных и иных организаций, а также в СМИ о противодействии незаконному обороту наркотиков и профилактике их потребления, разработанным и принятым стандартам Стратегии.

3. Содействие пониманию населением всех аспектов такого явления, как наркомания, а также противодействия распространению наркотиков.

4. Формирование стойкого негативного отношения в обществе к незаконному обороту и потреблению наркотиков.

5. Повышение эффективности профилактических и воспитательных мер, принимаемых в отношении граждан, в первую очередь детей и молодежи.

6. Создание положительного имиджа государства в вопросах противодействия незаконному обороту наркотиков, профилактики их потребления, социальной реабилитации лиц, больных наркоманией.

7. Вовлечение общественности, в том числе детей и молодежи, в деятельность по противодействию незаконному обороту наркотиков и профилактике их потребления.

8. Укрепление системы взаимодействия между органами государственного управления и общественными организациями, деятельность которых связана с профилактикой потребления наркотиков, социальной реабилитацией лиц, больных наркоманией.

9. Формирование в обществе осознания неотвратимости наказания за незаконное изготовление и распространение наркотиков.

## ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИИ

1. Социальной гражданской ответственности – социальная защита лиц, замеченных в употреблении наркотиков, или больных наркоманией, обязанность физических и юридических лиц отвечать за нарушение закона в сфере оборота наркотиков.

2. Системности – элементы Стратегии находятся во взаимоотношениях и связях друг с другом, включенность Стратегии в единую информационную политику государства.

3. Формирования локального, регионального и республиканского партнерства в целях создания единого информационного пространства, обеспечивающего снижение уровня распространенности незаконного оборота наркотиков и негативных последствий от их потребления, наркопреступности, потребления наркотиков и латентности наркомании.

4. Этики и соблюдения прав человека при проведении информационного воздействия (воздействие с целью формирования определенных идей, взглядов, представлений, убеждений).

5. Конфиденциальности – защита информации и персональных данных личности.

6. Адвокации – защита прав и интересов субъектов и объектов Стратегии.

7. Недискриминации – недопущение ограничения прав лиц, замеченных в употреблении наркотиков, или больных наркоманией.

8. Эффективности информационного воздействия – использование наименьших затрат средств и ресурсов, при этом получение максимального эффекта воздействия на людей с целью формирования определенных идей, взглядов, представлений, убеждений.

9. Устойчивого развития – обеспечение высокого качества жизни.

10. Учета возрастных, гендерных, этнокультурных особенностей общества, адресных групп при проведении информационных воздействий.

11. Адресного информационного воздействия.

12. Учета и согласованности подходов и позиций всех организаций – участников Стратегии, в первую очередь государственных и общественных организаций.

13. Использования и распространения практик, доказавших свою эффективность.

14. Следования в русле современных коммуникационных трендов и технологий.

15. Открытости информации.

16. Согласованных стандартов.

## **ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ СТРАТЕГИИ**

Целевые группы Стратегии подразделяются на две категории:

1. Субъекты, создающие и распространяющие информацию – авторы и создатели информационных материалов (текстовых, фото, видео, аудио);
2. Объекты, получающие информацию – "мишени", т. е. целевые группы, на которые будет направлена информационная деятельность.

Ниже приведены целевые группы, которые следует отнести к первой или ко второй категории. Следует учесть, что одна и та же группа может относиться к обеим категориям.

### **1 Категория**

Субъекты, создающие и распространяющие информацию:

1. Государственные органы и организации, включая подведомственные им структуры:

- Министерство внутренних дел Республики Беларусь;
- Министерство здравоохранения Республики Беларусь;
- Следственный комитет Республики Беларусь;
- Генеральная прокуратура Республики Беларусь;
- Верховный Суд Республики Беларусь;
- Министерство информации Республики Беларусь;
- Министерство образования Республики Беларусь;
- Министерство культуры Республики Беларусь;
- иные государственные органы и организации.

2. Местные исполнительные и распорядительные органы.

3. Общественные объединения и иные организации.

4. Средства массовой информации.

### **2 Категория**

Объекты, получающие информацию:

- потребители наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов;
- распространители наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов;
- семьи потребителей и распространителей;
- дети, подростки, молодежь;
- представители правоохранительных органов;
- работники системы образования;
- медицинские работники;
- представители СМИ;
- представители общественных организаций;
- население в целом.

## СПЕЦИАЛИСТЫ И ИХ ПОДГОТОВКА

Стратегия является инструментом для специалистов, работающих в информационной сфере. К данной категории относятся все, кто участвует в создании, разработке, продвижении, оценке и мониторинге информационного продукта:

- журналисты;
- блогеры;
- авторы текстов, фото- и видеоматериалов;
- дизайнеры;
- режиссеры;
- сценаристы;
- операторы;
- пиар-специалисты;
- пресс-секретари и лица, ответственные за работу со СМИ;
- редакторы;
- копирайтеры (авторы рекламных текстов, сценариев);
- модераторы веб-сайтов, сообществ в социальных сетях (специалисты, контролирующие наполнение ресурсов);
- руководители и сотрудники пресс-центров, пресс-клубов;
- заказчики информационных продуктов в различных организациях;
- медицинские работники;
- работники системы образования;
- представители правоохранительных органов;
- представители общественных организаций;
- представители религиозных организаций.

Выделение категорий специалистов дает возможность определить, какие знания, умения и навыки будут необходимы, формы и методы организации процесса подготовки, обучения и повышения квалификации.

Под информационными продуктами понимаются текстовые, аудио-, фото- и видеоматериалы всех форматов по темам, касающимся проблем незаконного оборота наркотиков и профилактики их потребления.

Общим содержанием обучения и подготовки для всех специалистов на всех этапах работы (разработка, продвижение, мониторинг информации и оценка ее эффективности) является углубленное изучение проблематики вопроса и освещение в доступной форме тематики борьбы с наркотиками. Организация такого обучения возможна в виде семинаров для представителей СМИ, а также курсов повышения квалификации при

Академии управления при Президенте Республики Беларусь, факультете журналистики Белорусского государственного университета для руководителей и сотрудников государственных и негосударственных СМИ по вопросам освещения тематики борьбы с наркотиками с участием специалистов Министерства внутренних дел, Следственного комитета и других заинтересованных.

Результатом подготовки специалистов является формирование социального пула (сообщества) как важного инструмента, продвигающего и обеспечивающего эффективность и устойчивое развитие Стратегии и диалога в обществе. Данный социальный пул должен консолидировать усилия представителей заинтересованных государственных органов, слоев населения и представителей наиболее авторитетных СМИ, сообществ в социальных сетях, общественных движений и др. Не имеющее жесткую структуру (скорее по принципу сети), данное сообщество осуществляет и консультационные функции, которые предоставляются по запросу адресных групп и специалистов. Социальный пул призван объединить разрозненные выступления спикеров и усилить их позицию.

Учитывая востребованность социальных сетей (Twitter, Вконтакте, Facebook, Одноклассники и др.), а также растущую популярность приложений для обмена фотографиями и видеоматериалами с элементами социальной сети (Instagram, Telegram, YouTube и др.) и их влияние на формирование общественного мнения, деятельность специалистов в данной сфере должна быть использована в целях реализации Стратегии и их обучение может быть выделено отдельным блоком.

## СТАНДАРТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

### Стандарт № 1

#### Стандарт сохранения конфиденциальности информации, в т. ч. персональных данных

Конфиденциальная (ограниченная для распространения) информация – персональные данные человека, в т. ч. его фамилия, имя, отчество, точные год, месяц, дата и место рождения, адрес, семейное положение, доходы.

Человек вправе сам определять, что именно он хотел бы отнести к своим персональным данным. Без согласия человека (или его законных представителей, если он недееспособен или не достиг 18 лет) распространение его персональных данных, способствующих его идентификации, не допускается. Обнародование отдельных персональных данных, с учетом обезличивания, допустимо. При этом нужно учитывать, что даже если изменены фамилия, имя, адрес, профессия "героя" публикации, то этого может быть недостаточно.

Также допускается распространение информации без получения согласия лица о мотивах и формах совершения преступления, личном отношении подозреваемого (обвиняемого) к незаконному обороту наркотиков и т.д. при недопустимости разглашения данных предварительного расследования.

1.1. Изображение (фото, видео, рисунок и др.) лица человека, принадлежащего к одной из групп населения, и/или членов его семьи, публикуется с его письменного согласия (как и персональные данные).

1.2. Публикация фото и видео, мнения или цитаты человека, являющегося (являвшегося) потребителем наркотических средств, должна быть с ним согласована.

1.3. Недопустимо в информационных материалах прямо или косвенно раскрывать факт потребления наркотиков конкретным человеком без его письменного согласия, как конфиденциальную информацию.

В случае нахождения обвиняемого в розыске, размещение в средствах массовой информации, сетевых изданиях, на интернет-ресурсах его персональных данных, фото и видеоизображения не требует какого-либо согласования.

## **Стандарт № 2**

### **Стандарт согласования, подтверждения и предоставления научно обоснованной и достоверной информации**

2.1. Суждения об эффективности и результатах деятельности по профилактике, противодействию распространения и потребления наркотиков должны быть подкреплены официальными статистическими данными, результатами исследований. Недопустимо оценивать экономический и социальный эффект профилактических мероприятий с определенными группами населения без ссылок на научные данные. Не допускается искажение смысла научно-обоснованных эффективных программ профилактики потребления наркотиков.

2.2. В информационных материалах должны быть приведены официальные данные соответствующих правоохранительных органов и/или профильных специалистов системы здравоохранения.

## **Стандарт № 3**

### **Стандарт "АНТИСТИГМА" – исключение из информационных материалов стигматизирующей терминологии, специфических непонятных терминов, оскорбительной лексики и образов, узконаправленных суждений**

3.1. Не использовать в информационных материалах стигматизирующие термины, аббревиатуры, примеры, лексику, принижающие человеческое достоинство.

3.2. Все используемые термины должны быть понятны целевой аудитории.

3.3. В информационных материалах избегать использования оскорбительных высказываний и визуальных образов по отношению к людям.

3.4. Наркопотребление имеет высокую вероятность исхода в наркозависимость, которая является серьезным заболеванием и сопровождается развитием биологических, психологических и психосоциальных проблем. Рассматривать наркопотребление и наркозависимость в информационных материалах только в узком аспекте "плохой привычки", которые необходимо преследовать законом, решать проблему только с помощью дискриминационных мер является некорректным. Наркозависимый человек, в первую очередь, нуждается в поддержке, медико-социальной и реабилитационной помощи.

3.5. Не рекомендуется публиковать изображения, иллюстрирующие технологию приготовления и употребления наркотиков. Изображение

атрибутов, связанных с приготовлением и употреблением наркотиков, могут формировать устойчивый интерес и любопытство к наркотикам, в особенности у детей и подростков. Кроме того, наркозависимые люди указывают на то, что такие изображения провоцируют их на употребление наркотиков и затрудняют реабилитацию.

#### **Стандарт № 4**

##### **Стандарт изучения мнений разных людей, представителей ключевых групп по аспектам проблемы**

4.1. Необходимо проведение фокус-групп для целевой аудитории при выпуске информационных материалов на тему незаконного оборота наркотиков и профилактики их потребления, предназначенных для длительного многократного использования, тиражом:

на национальном уровне – не менее 2000 экз.,

на областном – не менее 1500 экз.,

на городском – не менее 1000 экз.

Также фокус-группы должны проводиться для анализа информационных материалов, предназначенных для длительного и многократного показа в национальном телеэфире.

4.2. Фокус-группы должны проводиться специалистами в соответствии с разработанным механизмом проведения фокус-группы на тему незаконного оборота наркотиков и профилактики их потребления. Недопустимо использовать опросы либо другие виды исследований, проведенные неспециалистами, как квалифицированный результат, полученный по итогам социально-психологических качественных и количественных исследований.

#### **Стандарт № 5**

##### **Стандарт дифференцированного подхода в информационном воздействии с учетом характеристики целевой аудитории**

5.1. Информационные материалы создаются в определенных профилактических и воспитательных целях, учитывают возраст целевой группы, гендер и территориальные особенности. Текст и содержание информационных материалов должен быть понятен целевой группе, содержать сведения об авторе и/или названии организации, которая является разработчиком текста.

5.2. В информационных материалах, объединенных одной темой, при использовании примеров и образов следует соблюдать гендерный баланс (в визуальном формате использовать образы как мужчин, так и



женщин), баланс возраста (в визуальном формате использовать образы героев разного возраста), учитывать потребности жителей мегаполисов, малых городов и сельской местности.

### **Стандарт № 6** **Стандарт разработки информационно-образовательных** **материалов для социальной рекламы**

Разработка информационно-образовательных материалов (далее – ИОМ) для социальной рекламы должна осуществляться согласно техническому заданию (далее – ТЗ). При разработке ТЗ на создание ИОМ для социальной рекламы (печатных и аудиовизуальных) должны быть указаны цель, задачи и целевая аудитория (демографические, половозрастные характеристики).

### **Стандарт № 7** **Стандарт оценки эффективности информационного воздействия**

7.1. Необходимо проведение оценки эффективности воздействия информационных материалов на тему незаконного оборота наркотиков и профилактики их употребления.

7.2. Оценка эффективности воздействия информационных материалов должна проводиться в соответствии с разработанным механизмом проведения такой оценки.

**ПЕРЕЧЕНЬ СТИГМАТИЗИРУЮЩИХ  
И АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ТЕРМИНОВ**

<b>Стигматизирующий термин</b>	<b>Альтернативный (рекомендуемый к использованию) термин</b>
наркологический учет	– наблюдение у врача-специалиста
наркоман	– наркопотребитель наркозависимый потребитель наркотиков проблемный потребитель наркотиков
наркоманы	– наркопотребители наркозависимые люди, употребляющие наркотики (ЛУН) люди, употребляющие инъекционные наркотики (ЛУИН)
наркомания	– наркозависимость зависимость от наркотиков синдром зависимости от наркотиков
злоупотребление	– зависимость тяжелое употребление проблемное употребление опасное употребление употребление с вредными последствиями
раздача, выдача метадона	– опиоидная заместительная терапия (ОЗТ)