

DOI: 10.18572/2072-4160-2023-3-15-18  
 УДК 343.9  
 ББК 67.99

## Теоретико-правовые основы и технология антинаркотической пропаганды

**Грибанов Евгений Викторович,**

профессор кафедры уголовного права и криминологии Краснодарского университета  
 Министерства внутренних дел Российской Федерации, кандидат юридических наук, доцент  
[egribanov@yandex.ru](mailto:egribanov@yandex.ru)

**Цель:** разработка теоретико-правовых основ и технологии антинаркотической пропаганды, до сих пор не нашедших отражения в криминологической науке.

**Методология:** общенаучные и частнонаучные методы познания: диалектический, системный, анализ, синтез, индукция, дедукция, обобщение, абстрагирование, формально-логический, конкретно-социологические (наблюдение, контент-анализ, изучение документов, опрос).

**Выводы:** антинаркотическая пропаганда представляет собой деятельность субъектов наркопрофилактики по формированию в обществе осознанного негативного отношения к незаконному потреблению наркотиков и участию в их незаконном обороте; систему антинаркотической пропаганды составляют: субъекты, объекты, материалы пропаганды, средства их распространения, технологии и направления ее осуществления.

**Научная и практическая значимость:** представленная в статье информация восполняет пробел в предметном поле криминологической науки, дополняя теорию предупреждения преступлений новой научной информацией о теоретических и нормативных правовых основах антинаркотической пропаганды, технологиях ее осуществления. Представленная информация может быть использована субъектами наркопрофилактики для организации и осуществления антинаркотической пропаганды, совершенствования данного направления антикриминальной практики.

**Ключевые слова:** антинаркотическая пропаганда, предупреждение преступлений, криминология, технологии, материалы пропаганды, целевая аудитория, средства пропаганды, наркооборот, наркопотребление.

Развитие информационно-телекоммуникационных и социальных технологий предопределило формирование обособленной предметной области в рамках теории предупреждения преступлений — антикриминальной пропаганды. Она была определена как деятельность по формированию и распространению среди населения информации, направленной на обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина, общества и государства от преступных посягательств<sup>1</sup>.

Одной из основных частей антикриминальной пропаганды выступает антинаркотическая пропаганда. Она представляет собой деятельность субъектов наркопрофилактики по формированию в обществе осознанного негативного отношения к незаконному потреблению наркотиков и участию в их незаконном обороте.

Деятельность по антинаркотической пропаганде имеет широкую нормативную основу. Ее составляет Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности»<sup>2</sup>, который в ст. 2 к основным принципам обеспечения безопасности относит приоритет предупредительных мер в целях обеспечения безопасности.

Федеральный закон от 8 января 1998 г. № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» в ст. 4 к принципам государственной политики в сфере оборота наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, а также в области проти-

водействия их незаконному обороту относит приоритетность мер профилактики, а также стимулирование деятельности, направленной на антинаркотическую пропаганду.

Меры пропагандистского характера нашли отражение и в положениях Федерального закона от 23 июня 2016 г. № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации». В качестве одной из мер профилактического воздействия указанный закон предусматривает правовое просвещение и правовое информирование.

Вопросы антинаркотической пропаганды нашли прямое отражение и в документах стратегического планирования. Так, в соответствии с п. 10 Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации на период до 2030 г., утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 23 ноября 2020 г. № 733, к стратегическим целям антинаркотической политики отнесено формирование в обществе осознанного негативного отношения к незаконному потреблению наркотиков и участию в их незаконном обороте.

К субъектам антинаркотической пропаганды следует отнести органы государственной власти и некоммерческие организации, в задачи которых входит осуществление антинаркотической профилактики. Помимо органов внутренних дел это органы здравоохранения, образования, физической культуры и спорта, социальной защиты населения и подведомственные им учреждения. В антинаркотической пропаганде также могут участвовать общественные объединения правоохранительной направленности,

<sup>1</sup> См.: Грибанов Е.В. Теория антикриминальной пропаганды: место в криминологической науке и значение для правоохранительной практики // Общество и право. 2023. № 1 (83). С. 14–21.

<sup>2</sup> Здесь и далее в статье приводятся акты по СПС «КонсультантПлюс».

народные дружины и иные некоммерческие организации, участвующие в профилактике правонарушений.

К объектам антинаркотической пропаганды следует относить как неограниченный круг лиц, так и различные категории населения, которые составляют целевую аудиторию мероприятий антинаркотической пропаганды. К ним следует отнести следующие группы лиц: школьники, студенты образовательных организаций среднего профессионального образования, студенты вузов, родители несовершеннолетних, несовершеннолетние, состоящие на профилактических учетах, несовершеннолетние и семьи, находящиеся в социально-опасном положении, педагогические коллективы, работники здравоохранения, учреждений физической культуры и спорта.

Характеристики объектов антинаркотической пропаганды во многом определяют содержание и форму разрабатываемых материалов и мероприятий, а также инструменты их распространения.

Для осуществления антинаркотической пропаганды необходимы материалы пропаганды. Их содержание составляет специализированная антинаркотическая информация, предназначенная для распространения среди различных групп населения: идеи, убеждения, рекомендации, советы, предостережения, знания, художественные образы.

Для доведения до сведения целевой аудитории указанной информации следует придать ей форму внешнего выражения. Материалы антинаркотической пропаганды могут быть представлены в виде текстовой, графической информации, аудио- и видеоматериалов, их различных комбинаций, мультимедийных презентаций, сообщений, заметок, новостей, постов (историй) в социальных сетях, аудиофайлов и подкастов, видеороликов, стримов, прямых эфиров и иных форм контента, а также иными формами сетевого взаимодействия пользователей сети Интернет.

К материалам антинаркотической пропаганды следует относить и материалы наглядной агитации, наружной и наглядной рекламы, а также планы и сценарии проведения групповых мероприятий, положения о конкурсах, маршруты и планы экскурсий, положения о проведении акций и флешмобов, соревнований. В качестве таких материалов могут выступать и произведения искусства: литературы, музыки, живописи, кинематографа, сценического искусства.

Средства распространения материалов антинаркотической пропаганды могут быть представлены различными инструментами массовой и групповой коммуникации. Средства массовой коммуникации включают в себя различные сегменты и ресурсы сети Интернет (сайты, социальные сети и мессенджеры, игры, чаты), телевидение, радио, печатные издания, книги, произведения искусства. Средства групповой коммуникации могут быть представлены беседами, играми, конкурсами, экскурсиями, тренингами,

мастер-классами, дискуссиями, конференциями, круглыми столами, уроками, лекциями, семинарами, флешмобами, акциями и прочими формами группового взаимодействия.

Как отмечал А.Э. Жалинский, «любой элемент профилактической деятельности может и должен осуществляться с помощью заранее разработанных, научно обоснованных и экспериментально проверенных приемов, которые конкретизируются применительно к статусу участника профилактики, целям профилактического труда и обстановке его существования»<sup>3</sup>.

Содержание деятельности по осуществлению антинаркотической пропаганды составляют этапы ее осуществления, образующие в совокупности технологию (алгоритм) антинаркотической пропаганды.

1. Этап оценки наркоситуации. На данном этапе следует определить наркоугрозы, на минимизацию которых будет направлена антинаркотическая пропаганда. Для оценки наркоситуации возможно использовать данные, полученные по итогам диагностики наркоситуации, статистические данные, результаты опросов специалистов.

Поставленная правоохранительная проблема может быть общероссийского и регионального масштаба, местного значения или касаться конкретного объекта (организации). Приведем несколько примеров, основанных на результатах диагностики наркоситуации и оценки криминогенной обстановки.

Начальным этапом вовлечения молодежи в незаконный наркооборот зачастую становится публикация предложений о возможности «легкого» заработка в сети Интернет на страницах социальных сетей, мессенджеров и видеосервисов «ВКонтакте», «Одноклассники», YouTube, Telegram, где фактически пропагандируется участие в незаконном наркообороте. Поставленная проблема носит широкий общероссийский характер и может быть минимизирована средствами антинаркотической пропаганды.

«Наркокурьерами» среди подростков зачастую становятся обучающиеся средних профессиональных образовательных организаций, проживающие в общежитиях. Соответствующая проблема может быть минимизирована средствами антинаркотической пропаганды на уровне конкретного объекта — образовательной организации.

2. Этап определения целевой аудитории, группы. С учетом решаемой правоохранительной проблемы определяется конкретная целевая аудитория (группа) и ее основные параметры.

Основное внимание субъектами профилактики уделяется проведению профилактических мероприятий с несовершеннолетними и молодежью в рамках первичной наркопрофилактики. Вместе с тем из виду часто упускаются такие целевые группы, как родители несовершеннолетних, представители субъектов наркопрофилактики (адми-

<sup>3</sup> Жалинский А.Э. Избранные труды. В 4 т. Т. 1. Криминология / отв. ред. О.Л. Дубовик. М., 2014. С. 320–321.

нистрация образовательных организаций, педагоги, медицинские работники, психологи, представители общественных организаций). Достаточно ограничено представлена работа по антинаркотической пропаганде с несовершеннолетними и молодежью, состоящими в группе риска, на профилактических учетах, содержащимися в специализированных учреждениях для несовершеннолетних (Центрах временного содержания несовершеннолетних правонарушителей органов внутренних дел, учреждениях для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, социальной защиты населения).

3. Подготовительный этап. Данный этап предусматривает осуществление подготовки материалов и мероприятий антинаркотической пропаганды. Исходя из особенностей выявленных наркоугроз, характеристик целевой аудитории, субъекты наркопрофилактики избирают наиболее подходящий формат работы с целевой аудиторией на массовом или групповом уровне.

Для осуществления антинаркотической пропаганды на массовом уровне на подготовительном этапе необходима разработка специализированной информации, предназначенной для распространения среди больших социальных групп: специализированного контента, макетов, материалов, положений. Для работы на групповом уровне требуется формирование специализированной информации, предназначенной для распространения в малых социальных группах.

На данном этапе субъекты наркопрофилактики, на основе информации о наркоситуации и криминальной обстановке, особенностях выявленных наркоугроз, механизме совершения наркопреступлений, в том числе исходя из правоохранительного опыта, мнений экспертов и научных изысканий, формулируют перечень идей, убеждений, рекомендаций, советов, предостережений, знаний, необходимых для передачи целевой аудитории.

Содержание материалов антинаркотической пропаганды субъектам наркопрофилактики следует разрабатывать в пределах своей компетенции. Зачастую они затрагивают вопросы, выходящие за пределы их компетенции. Так, при подготовке сотрудниками полиции материалов, посвященных вопросам наркопотребления, целесообразно сконцентрировать усилия на формировании информации о правовых последствиях наркопотребления (юридической ответственности, повышенной виктимности и склонности к совершению правонарушений лицами, находящимися в состоянии наркотического опьянения), нежели в вопросах медицинского и психолого-педагогического характера.

Важным направлением работы на данном этапе является формирование базы материалов антинаркотической пропаганды, разработанных различными субъектами, и представление их в виде специализированного каталога, библиотеки. Данный подход частично реализован ГУНК МВД России. На офици-

альном сайте МВД России представлена страница «Библиотека антинаркотической пропаганды», на которой размещены конкурсные материалы антинаркотической направленности. Вместе с тем подобного рода ресурсы целесообразно выстраивать по принципу тематического каталога, включать в них помимо памяток, плакатов и видеороликов иные материалы антинаркотической пропаганды: планы, сценарии, положения, презентации, посты в соцсетях, аудиоматериалы.

4. Основной этап. В ходе данного этапа обеспечивается непосредственная реализация материалов антикриминальной пропаганды. Субъекты наркопрофилактики здесь производят выбор различных средств распространения материалов антинаркотической пропаганды. Субъектам наркопрофилактики предстоит не только избрать наиболее эффективные средства для доведения информации до конкретной целевой аудитории, учитывая ее характеристики, но и выбрать те из них, которые способны максимально полно охватить целевую аудиторию.

Изучение средств распространения материалов антинаркотической пропаганды показало, что большинство из них не охватывают в полной мере целевую аудиторию, размещаются, как правило, на специализированных ведомственных ресурсах, которые не пользуются популярностью среди представителей целевой аудитории. Для решения этой проблемы целесообразно использовать технологии маркетинга и рекламы, позволяющие «продвигать» контент к целевой аудитории, обеспечивая ее максимальный охват. Примеры такого рода решений представлены в литературе<sup>4</sup>. Важно в этих целях организовать взаимодействие с популярными блогерами, администраторами популярных сообществ в социальных сетях, особенно на региональном и местном уровне, по месту жительства граждан.

Проведенный опрос специалистов показал, что наибольшее распространение в ходе антинаркотической пропаганды получили формы группового взаимодействия в виде бесед, лекций, классных часов и уроков. Иные, более интересные для аудитории, формы работы встречаются значительно реже. Большинство изученных групповых мероприятий антинаркотической пропаганды не предполагали активную работу аудитории, вовлечение ее в деятельность, что существенно снижало их результативность.

5. Этап подведения итогов. Здесь обеспечивается фиксация результатов проведенных мероприятий, освещение результатов проделанной работы в средствах массовой коммуникации. Важно обеспечить широкое освещение проведенных мероприятий, особенно на групповом уровне. Это не только позволит закрепить результаты проделанной работы, решать задачи формирования имиджа субъектов наркопрофилактики, но и привлечет дополнительное

<sup>4</sup> См.: Ильницкий А.С. Противодействие криминальной идеологии в сети Интернет: дис. ... канд. юрид. наук. Краснодар, 2022. С. 137–138.

внимание общественности к антинаркотической проблематике, позволит иным субъектам профилактики заимствовать имеющийся положительный опыт работы.

На данном этапе осуществления антинаркотической пропаганды происходит выявление допущенных ошибок и недостатков, что позволяет внести коррективы в материалы антикриминальной пропаганды и средства их распространения. Такая коррекция невозможна без оценки эффективности реализованных мероприятий. Опрошенные специалисты указали, что в рамках антинаркотической пропаганды они не проводят целенаправленную работу по оценке эффективности реализованных мероприятий, за исключением фиксации обратной связи от аудитории при проведении групповых мероприятий.

Оценить эффективность мероприятий антинаркотической пропаганды позволяют различные инструменты.

Первой группой таких инструментов, обладающих высокой точностью, является проведение научных социологических и криминологических исследований, а также применение технологий изучения эффективности рекламной деятельности. Заметим, что подобного рода мероприятия могут быть частично

реализованы и до основного этапа в рамках предварительной экспертизы разработанных материалов. Как отмечают специалисты, «уже сейчас в России накоплен большой опыт проведения исследований по оценке эффективности социальной рекламы. Разработаны технологии, методы и инструменты, которые позволяют не только оценивать эффективность реализованных кампаний, но и предсказывать их успешность на этапе разработки и планирования...»<sup>5</sup>

Вторая группа инструментов включает в себя значительно более простые оценочные мероприятия: регистрацию числа просмотров профилактического контента, содержания комментариев и отзывов аудитории, участников групповых мероприятий, их оценку экспертами, ограниченные по масштабу опросы граждан и специалистов.

Содержание и технологии антинаркотической пропаганды не исчерпываются приведенными положениями. Между тем представленная информация может служить основой для дальнейшей фундаментальной и прикладной разработки данной предметной области и совершенствования практики антинаркотической пропаганды.

<sup>5</sup> Гладких Н.Ю., Вайнер В.Л. Оценка эффективности социальной рекламы, методическое пособие. М., 2018. С. 4.

## Литература

1. Гладких Н.Ю. Оценка эффективности социальной рекламы, методическое пособие / Н.Ю. Гладких, В.Л. Вайнер. Москва : Издательство Олега Пахмутова, 2018. 72 с.
2. Грибанов Е.В. Теория антикриминальной пропаганды: место в криминологической науке и значение для правоохранительной практики / Е.В. Грибанов // Общество и право. 2023. № 1. С. 14–21.
3. Жалинский А.Э. Избранные труды. В 4 томах. Т. 1. Криминология / А.Э. Жалинский ; ответственный редактор О.Л. Дубовик. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. 698 с.
4. Ильницкий А.С. Противдействие криминальной идеологии в сети Интернет : диссертация кандидата юридических наук / А.С. Ильницкий. Краснодар, 2022. 213 с.

## References

1. Gladkikh N.Yu. Otsenka effektivnosti sotsialnoy reklamy' : metodicheskoe posobie [Assessment of Efficiency of Social Advertisement, a Methodological Guide] / N.Yu. Gladkikh, V.L. Vayner. Moskva : Izdatelstvo Olega Pakhmutova — Moscow : Oleg Pakhmutov's Publishing House, 2018. 72 s.
2. Gribanov E.V. Teoriya antikriminalnoy propagandy': mesto v kriminologicheskoy nauke i znachenie dlya pravookhranitelnoy praktiki [The Theory of Anticriminal Propaganda: Its Place in the Forensic Science and Significance for Law-Enforcement Practice] / E.V. Gribanov // Obschestvo i pravo — Society and Law. 2023. № 1. S. 14–21.
3. Zhalinskiy A.E. Izbranny'e trudy'. V 4 tomakh. T. 1. Kriminologiya [Selected Works. In 4 volumes. Vol. 1. Criminology] / A.E. Zhalinskiy ; otvetstvenny'y redaktor O.L. Dubovik. Moskva : Izdatelskiy dom Vy'sshey shkoly' ekonomiki — publishing editor O.L. Dubovik. Moscow : Publishing House of the Higher School of Economics, 2014. 698 s.
4. Il'nitskiy A.S. Protivodeystvie kriminalnoy ideologii v seti Internet : dissertatsiya kandidata yuridicheskikh nauk [Combating the Criminal Ideology on the Internet : thesis of the PhD (Law)] / A.S. Il'nitskiy. Krasnodar — Krasnodar, 2022. 213 s.

## Центр редакционной подписки:

тел. (495) 617-18-88 — многоканальный; 8-800-333-28-04 (по России бесплатно)

адрес электронной почты: [podpiska@lawinfo.ru](mailto:podpiska@lawinfo.ru)