

# Система антинаркотической пропаганды

ЦЕЛИНСКИЙ Б.П.

к.юр.н., начальник Управления межведомственного взаимодействия  
в сфере профилактики ФСКН

*Внимание читателей предлагаются тезисы выступления Б.П. Целинского на проходившем 04 февраля 2005 г. в Москве круглом столе “О создании системы антинаркотической пропаганды”*

## Цели

Формирование у всех групп и социальных слоев населения антинаркотического мировоззрения, здорового образа жизни, созидательной, духовно-нравственной, информационной культуры в обществе.

Создание информационного поля в средствах массовой информации, других информационных каналах, направленного на профилактику наркомании и наркопреступности, пропаганду здорового и социально активного образа жизни, раскрывающего, с учетом детской и подростковой психологии, негативные последствия употребления наркотиков.

## Сущность

Сущность взаимодействия (координации и сотрудничества) по вопросам антинаркотической пропаганды и противодействия незаконной рекламе наркотиков состоит в согласовании деятельности и действий совместно с организациями и ведомствами по целям и задачам, по всем средствам массовой информации, воздействующим на возрастные и социальные группы населения для обеспечения информационной безопасности и традиционной общественной нравственности, в формировании антинаркотического мировоззрения у населения и отработке и совершенствовании практического взаимодействия.

## Содержание

Содержание системы антинаркотической пропаганды и противодействия незаконной рекламе наркотиков состоит в организации надлежащего уровня взаимодействия органов государственной власти, специалистов в области рекламы, научно-исследовательских учреждений, общественных объединений и средств массовой информации в соответствии с их компетенцией в вопросах антинаркотической пропаганды и противодействия незаконной рекламе наркотиков на основе единых методических подходов разработки совместных направлений, программ и планов деятельности, согласованного отбора и подготовки пропагандистских материалов, формирования организационно-деятельностных структур, консолидированного финансирования, научно-методического обеспечения, контроля, правового обеспечения, необходимых для достижения указанных выше целей.

## Цели антинаркотической пропагандистской кампании

Основными целями данной кампании являются:  
достичь максимального охвата целевой аудитории — подростков и молодых людей, относящихся к “группе риска” вовлечения в немедицинское употребление наркотиков;  
обеспечить достаточное по времени, частоте, количеству и качеству размещаемых публикаций и иных информационных сообщений, а также соответствующий отбор медиаресурсов, использующих именно те носители и

форму подачи информации, которые в наибольшей степени охватывают целевую аудиторию;

привлечь внимание максимально широкой аудитории к необходимости решения проблем противодействия наркомании и наркопреступности.

## Стратегия

Для достижения поставленных целей ФСКН России планирует использовать, в основном, следующие медиаресурсы:

ТВ (общероссийское и региональное);

радио (общероссийское);

пресса (общероссийская, региональная и местная);

электронные (компьютерная сеть Интернет);

наружная реклама на транспорте, на улицах, в лифтах и местах массового скопления молодежи.

Выбор данных медиа обусловлен следующими причинами:

наибольшая доступность или особая популярность у целевой аудитории;

наибольшие возможности охвата/увеличения частоты контактов;

значительное аудиовизуальное воздействие.

## Выбор ТВ каналов

Принимая во внимание необходимость непрерывного и целенаправленного пропагандистского воздействия ФСКН России планирует использовать размещение материалов на телеканалах центрального и регионального телевидения.

Выбранные каналы обладают следующими характеристиками:

наиболее высокое соответствие аудитории канала выбранной целевой аудитории пропагандистской кампании;

хорошие показатели охвата целевой аудитории;

высокие показатели технического покрытия территории вещания;

наибольшее количество программ для подростков и молодежи;

возможность размещения в сжатые сроки предлагаемых пропагандистских материалов.

## Выбор радиостанций

ФСКН России планирует использовать для размещения пропагандистских материалов центральные (радиосеть) и региональные радиостанции.

Критерии:

популярность среди целевой аудитории;

хороший охват в большинстве крупнейших городов;

высокие показатели технического покрытия территории вещания;

возможность размещения в сжатые сроки предлагаемых пропагандистских материалов.

Основные параметры размещения:

период размещения — март-апрель, сентябрь-октябрь;  
хронометраж одного рекламного сообщения — 15 с;  
общее количество выходов в эфир одного рекламного сообщения — 1050.

#### **Выбор печатных изданий**

ФСКН России планирует использовать размещение пропагандистских материалов в центральной, региональной и местной прессе.

Критерии отбора печатных изданий:

целевая аудитория — подростки и молодые люди, относящиеся к “группе риска” вовлечения в немедицинское употребление наркотиков;

редакционная политика издания не должна быть нацелена на формирование пронаркотической субкультуры молодежи;

период размещения — март-май, август-декабрь;

формат размещения — 1/2 цветная;

общее количество выходов одного пропагандистского материала — 28.

#### **Наружная реклама на транспорте**

ФСКН России планирует использовать размещение рекламных материалов на городском и междугороднем транспорте с использованием следующих носителей пропагандистской информации:

стикеры формата А3/А4 в троллейбусах, автобусах, трамваях. До 500 поверхностей в месяц в зависимости от населенного пункта;

стикеры формата А3/А4 в маршрутных такси. До 350 поверхностей в месяц в зависимости от населенного пункта;

Основные параметры:

период размещения — март-май, август-ноябрь;

формат размещения — А3/А4;

#### **Первоочередные меры**

разработать межведомственный план информационного обеспечения мероприятий по профилактике наркомании и наркопреступности;

осуществлять мониторинг эффективности антинаркотической пропаганды в стране;

инициировать внесение изменений в законодательство о рекламе в части, касающейся безвозмездного размещения антинаркотической социальной рекламы в СМИ;

провести организационную работу со средствами массовой информации, в первую очередь, с изданиями, учредителями которых являются органы федеральной и местной власти, с целью включения их в пропагандистскую кампанию по защите личности и общества от наркоагрессии;

создать информационное поле в средствах массовой информации, других информационных каналах, направленное на профилактику наркомании и наркопреступности, пропаганду здорового и социально активного образа жизни, раскрывающего, с учетом детской и подростковой психологии, негативные последствия употребления наркотиков;

провести форум под эгидой ФСКН России, Минздрава, Росспорта, Росохранкультуры, Роспечати, ИТАР-ТАСС, координационной встречи руководителей ведущих средств массовой информации, руководителей информационных агентств, рекламопроизводителей и творческих союзов в целях развития системы антинаркотической пропаганды, противодействия пропаганде наркотических средств и психотропных веществ, а также определения форм общественного контроля за указанной деятельностью;

создать постоянно действующую рабочую группу для совместного решения задач по подготовке и проведению мероприятий, направленных на антинаркотическую пропаганду.

#### **Целевая аудитория**

Дети, подростки и молодежь:

возраст 11—24 года;

не пробовавшие наркотики или начинающие потребители;

не охваченные организованными формами досуга; из благополучных семей.

### **Уважаемые читатели!**

*В связи с проблемами, возникшими между каталогом “Пресса России” и почтовыми отделениями, просим Вас подписываться*

### **ТОЛЬКО ПО КАТАЛОГУ АГЕНТСТВА “РОСПЕЧАТЬ”**

**Подписные индексы журналов:**

Наркология — 80831

Психотерапия — 82214

Медицинская генетика — 81290

Сексология и сексопатология — 81952

**Справки по телефонам:**

**(095) 518-14-51**

**(095) 151-51-57**

*Редакция*