

III. Организация профилактической работы в информационном пространстве

1. К распространению антинаркотического контента могут привлекаться:

федеральные и региональные средства массовой информации; официальные ресурсы в сети «Интернет», официальные страницы и каналы в мессенджерах;

блогеры и медийные личности, являющиеся лидерами общественного мнения, путем их взаимодействия с органами власти, в том числе в части организации работы с известными деятелями культуры, искусства, политики;

2. Распространение антинаркотического контента необходимо осуществлять в социальных сетях, средствах массовой информации и на телевидении с учетом возрастных предпочтений аудитории.

3. Для более эффективного процесса создания и распространения антинаркотического контента в информационном пространстве следует учитывать, в том числе возможности, предоставляемые в рамках государственной поддержки:

организации могут ежегодно представлять проекты антинаркотической направленности на конкурсы, в рамках которых осуществляется поддержка антинаркотических проектов различных форматов, реализуемые в рамках государственного финансирования.

при разработке антинаркотического информационно-просветительского контента необходимо учитывать возможности взаимодействия профильных государственных органов и организаций с некоммерческими организациями, уполномоченными на представление субсидий и грантов из федерального бюджета на создание и распространение контента антинаркотической направленности.

4. При освещении антинаркотической тематики в информационном пространстве необходимо принимать во внимание периодичность трансляции таких профилактических материалов. Их распространение не должно быть избыточным, навязчивым во избежание негативного восприятия.