

Контент о наркомании в российском сегменте социальных медиа: источники, особенности, вовлеченность пользователей

УДК 316.77

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-3-53-64

Получено: 08.07.2025

Доработано: 02.09.2025

Принято: 09.09.2025

Фомин Егор Васильевич

Канд. социол. наук, ст. преп.

ORCID: 0000-0001-5513-4848

E-mail: fominegorv@mail.ru

Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия**Волкова Полина Викторовна**

Магистрант

ORCID: 0009-0006-2167-8349

E-mail: volkova.p.v13@gmail.com

Московский государственный университет имени
М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Наркомания является одной из самых острых современных социальных проблем. Проанализирован контент о наркомании в русскоязычном сегменте социальных медиа. Выявлены типы медиа, основные тематики (новости, реклама, юмор и т.д.) контента о наркомании, выделены особенности медиаконтента, определена вовлеченность аудитории. Социальные медиа удобны и просты в использовании, позволяют обмениваться информацией, но несут ряд рисков. Интерактивность, мгновенное распространение контента, нецензурируемость, анонимность авторов выступают главными факторами, способствующими трансляции материалов противоправного характера. В качестве технического инструмента использована система анализа социальных медиа «Крибрум.Про». Специальное внимание уделено возможностям и ограничениям исследования девиантных явлений в интернет-среде. Для отбора постов составлен авторский лингвистический запрос с использованием специальной системы знаков, а также с учетом альтернативных названий наркотических веществ. Результаты показывают,

что для каждого вида медиа характерен свой тип контента, что объясняется возможностями и политикой модерации конкретных медиаплощадок. В мессенджерах доминирует реклама наркошопов и наркокурьеров, в социальных сетях, как правило, преобладают продукты поп-культуры о наркомании (фильмы, музыка, клипы), в блогах обсуждение наркотической тематики практически отсутствует, а контент разнонаправлен, на видеохостингах в основном встречаются материалы об «информировании и профилактике», «просвещении», а контент распространяют реабилитационные центры и медицинские учреждения. В целом представление о наркомании в социальных медиа может быть охарактеризовано как амбивалентное, то есть в медиа присутствуют различные, часто противоречащие друг другу образы наркозависимости; площадкам свойственны одновременно нормализация и стигматизация, романтизация и идолоизация наркоманов из сферы шоубизнеса с одновременным пренебрежением к ним.

Ключевые слова

Цифровая социология, девиации, наркомания, социальные медиа, социальные сети, Телеграм, видеохостинги, мессенджеры, блоги, Паша Техник

Для цитирования

Фомин Е.В., Волкова П.В. Контент о наркомании в российском сегменте социальных медиа: источники, особенности, вовлеченность пользователей // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 3. С. 53–64.

© Фомин Е.В., Волкова П.В., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Drug addiction content in Russian social media: origins, features, user engagement

Received 08.07.2025

Revised 02.09.2025

Accepted 09.09.2025

Egor V. Fomin

Cand. Sci. (Sociol.), Senior Lecturer

ORCID: 0000-0001-5513-4848

E-mail: fominigorv@mail.ru

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Polina V. Volkova

Graduate Student

ORCID: 0009-0006-2167-8349

E-mail: volkova.p.v13@gmail.com

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ABSTRACT

Drug addiction is one of the most acute modern social issues. The content about drug addiction in the Russian-speaking segment of social media has been analyzed. The types of media and the main topics (news, advertising, humor, etc.) of drug addiction content have been identified, media content features have been highlighted, and audience engagement has been determined. Social media is convenient and easy to use as it allows to share information, but it carries a number of risks. Interactivity, instant distribution of content, uncensored content, and authors' anonymity are the main factors contributing to illegal materials broadcasting. The Kribrum.Pro Social Media Analysis System was used as a technical tool. Special attention has been paid to the possibilities and limitations of studying deviant phenomena in the Internet environment. For the posts selection, the author's linguistic query was compiled using a special system of signs, as well as considering alternative names of narcotic substances. The results show that each type

of media has its own content, which is explained by the capabilities and moderation policies of specific media platforms. Instant messengers are dominated by advertisements for drug shops and drug couriers, social media is usually dominated by pop culture products about drug addiction (movies, music, and music videos). Blogs have virtually no discussion of drug topics, and the content is multidirectional. Video hosting sites mostly contain materials about "informing and prevention", "education", and the content is distributed by rehabilitation centers and medical institutions. In general, the idea of drug addiction in social media can be characterized as ambivalent, that is, there are various, often contradictory images of drug addiction in the media. Platforms are characterized by both normalization and stigmatization, romanticization and idolization of drug addicts from the show business sphere with simultaneous disregard for them.

Keywords

Digital sociology, deviations, drug addiction, social media, social networks, Telegram, video hosting services, messengers, blogs, Pasha Technik

For citation

Fomin E.V., Volkova P.V. (2025) Drug addiction content in Russian social media: origins, features, user engagement. *Digital sociology*. Vol. 8, no 3, pp. 53–64. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-3-53-64



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Социальные медиа сегодня становятся главными трансляторами девиантных явлений, одним из которых является наркомания. Отдельные каналы внутри медиаплатформ распространяют контент о наркомании и наркоманах среди обычных людей, спортсменов и звезд шоу-бизнеса, что вызывает отклик у пользовательской аудитории и позволяет увеличить «просмотры», «лайки», «репосты». Актуальность рассмотрения наркомании как социальной проблемы в медиа заключается не столько во внушительной статистике наркорынка или находящихся на реабилитации наркопотребителей, сколько в заметном обилии продуктов поп-культуры (фильмов, музыки), включающих в себе те или иные нарративы наркопотребления (достаточно вспомнить недавний инфоповод о смерти кумира молодежи – рэпера Паши Техника). Онлайн-платформы, относящиеся к социальным медиа, для многих пользователей являются, по заключениям исследователей, продолжением реально существующих общностей мира социальной реальности [Daniel, Crawford Jackson, Westerman, 2018]. Контакты и взаимодействия, происходящие там, способны оказывать влияние на общественные нормы, установки и поведение в огромных масштабах [Vogel, Ramo, Rubinstein, Delucchi, Darrow, Costello, Prochaska, 2021].

Авторы статьи ни в коем случае не говорят о том, что наркомания – явление современное, свойственное исключительно настоящей эпохе. Примеров употребления веществ для изменения сознания в истории человеческой культуры можно найти множество. Однако это явление никогда не было так стигматизировано, не принимало губительные для общества масштабы и с ним никогда не боролись так открыто, как сегодня. Культурная валидация акта употребления психоактивных веществ в Древнем мире, идентификация настойки опия как лекарства от всех болезней в Средние века, кокаин как атрибут принадлежности высшему общественному классу Нового времени, восприятие наркомании как угрозы в XX в. – все это характеризует процесс употребления наркотических веществ как социокультурное явление в конкретную эпоху [Валькова, 2011].

В современную эпоху беспрецедентного распространения сети «Интернет» (далее – Интернет) именно социальные медиа становятся главным каналом формирования и трансляции представлений о наркомании. Однако, если в случае с классическими медиа принято говорить о разделении авторов (писателей – профессиональных

производителей контента) и читателей, в случае с социальными медиа приходится говорить о полисубъектности, которая в силу наличия горизонтальных связей между пользователями (аккаунтами) предполагает размывание границ между источником информации (автором) и аудиторией (реципиентами, потребителями контента). Другими словами, в социальных медиа наблюдается дуализм статуса пользователя, который выступает одновременно и создателем, и потребителем контента. Если развивать идею М. Маклюэна о «холодных» и «горячих» медиа в зависимости от степени определенности и полноты предоставляемой информации, у пользователя теперь множество, а не один источник информации и на него ложится бремя отбора контента (информации) и его интерпретации [McLuhan, 2013]. Интерпретация обычно довольно ограничена, так как сами источники ненавязчиво транслируют нужные смыслы даже в самой нейтральной и безоценочной информации.

В настоящем исследовании авторы стремятся показать источники (типы медиа), транслирующие контент о наркомании в русскоязычном сегменте Интернета, а также выявить тип контента и вовлеченность пользовательской аудитории.

СПЕЦИФИКА РАССМОТРЕНИЯ НАРКОМАНИИ В ПРОСТРАНСТВЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА / SPECIFICS OF CONSIDERING DRUG ADDICTION IN SOCIAL MEDIA

Социальные медиа – это цифровые пространства, в которых происходит обмен информацией между пользователями. Однако на функционирование площадок и транслируемый контент влияют их владельцы и государственные структуры. Например, такие метавселенные, как Meta (признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации (далее – РФ, Россия), столкнулись с обвинениями в осуществлении цензуры и недостаточном контроле над контентом. Цензурирование происходит не только со стороны самих платформ и правительств. Основными способами ограничения доступа к нежелательному контенту с помощью различных технических средств выступают, например, блокирование интернет-протоколов (IP), манипулирование системами доменных имен (DNS), удаление унифицированных локаторов ресурсов (URL). Интернет-пользователи, наоборот, имеют возможность обходить механизмы контроля, предлагая альтернативные способы доступа к запрещенному контенту и платформам [Dal, Nisbet, 2022].

Популярные волны обхода цензуры, будь то развлечения или активизм, возникают в разных условиях. Об этом свидетельствуют рекордный трафик Twitter в Турции после блокировки турецким правительством в 2014 г., использование россиянами виртуальных частных сетей (VPN) для доступа к Facebook (признана экстремистской и запрещена на территории РФ), Instagram (признана экстремистской и запрещена на территории РФ) и Twitter, или X (заблокирован на территории РФ), всплеск использования средств обхода в Иране после запрета Instagram (признана экстремистской и запрещена на территории РФ) и Telegram в 2018 г. [Dal, Nisbet, 2022]¹.

Необходимо заметить, что в некоторых социальных медиа на протяжении продолжительного периода времени действует запрет на распространение информации о наркотических веществах, их употреблении и распространении. Однако, даже несмотря на запреты, в медиа до сих пор формируются закрытые сообщества, в которые при желании можно войти и в которых обсуждаются темы наркотического содержания [Wischerath, 2024]. Это свидетельствует о сохраняющейся нецензурируемости социальных медиа, несмотря на предпринимаемые попытки государств вводить законодательное регулирование.

Основным принципом распространения информации через социальные медиа является алгоритмическая модель распространения информации, которая предполагает индивидуальное и автоматизированное подстраивание контента под вкусы пользователя [Swart, 2021]. Яркой иллюстрацией подобной модели является приложение TikTok. Ввиду распространения подобного контента через социальные медиа надо отметить, что социальные медиа позволяют пользователю при желании сохранять анонимность. При этом множество исследований свидетельствуют о том, что анонимность во многих случаях способствует размытию моральных рамок, ограничивающих людей в повседневных реальных взаимодействиях с другими людьми, что приводит к несдержанному поведению в онлайн-пространстве, чем это было бы сделано при реальном, личном взаимодействии [Hollenbaugh, 2021]. В контексте социальных медиа приходится говорить о конструировании виртуальной идентичности, которая может быть кардинально противоположной реальному человеку [Шульц, 2022].

При своей доступности социальные медиа представляют собой платформы для довольно

свободного обмена информацией, при этом на каждую попытку цензурирования индивиды находят способ его обхода. Вместе с контролируемой социальным медиа сосуществуют платформы с менее жесткой политикой модерации контента, поэтому социальные медиа остаются богатым источником информации о наркомании.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHODOLOGY AND METHODS

Поиск и рассмотрение контента о наркомании в социальных медиа осложняется не только поиском массива контента, так как речь идет о противозаконных явлениях, но и использованием сленговых названий, позволяющих обсуждать наркопотребление и связанные с ним процессы.

Для полного рассмотрения изучаемой проблематики было принято решение использовать систему мониторинга для учета вклада всех возможных типов социальных медиа. В качестве такой системы использована система мониторинга и анализа «Крибрум.Про». Она позволяет анализировать широкий список средств массовой информации и социальных медиа за разные временные периоды. Задача системы – служить инструментом сбора, сортировки, фильтрации информации, которая собирается в виде сообщений и представляется пользователю в формате новостной ленты, по задаваемой пользователем тематике. Система предоставляет возможность выявлять ключевые события за рассматриваемый период, получать представление о тенденциях и трендах, а также об эмоциональной окраске (тональности) сообщений². Доступ к возможностям системы «Крибрум.Про» был предоставлен компанией «Крибрум» на безвозмездной основе, так как она использовалась для исследовательских целей.

Запросы по поиску в системе мониторинга «Крибрум» составляются на специальном языке с системой знаков, операторов, обозначающих различные действия относительно слов («исключить», «поиск слова в точно указанной форме», «поиск словосочетаний с ограниченным количеством допустимых слов между словами в словосочетании» и т.д.). Поиск релевантных сообщений осуществлялся по запросу, в который включены названия соответствующих веществ. Решающим для достижения цели исследования являлся правильно составленный запрос, максимально учитывающий альтернативные, в том

¹ Twitter побеждает Эрдогана. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/24/03/2014/570419f6a794761c0ce846d> (дата обращения: 05.07.2025).

² Система мониторинга и анализа социальных медиа «Крибрум. Объекты». Описание системы «Крибрум». Режим доступа: <https://kribrum.ru/upload/objects.pdf> (дата обращения: 05.07.2025).

числе сленговые названия наркотических веществ. Для этого в ходе составления запроса использовалось специальное издание Управления Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности о «Терминологии и информации по наркотическим средствам»³. В результате авторами составлен языковой запрос.

В системе «Крибрум» выделено 8 групп (типов) социальных медиа: социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники» и пр.), видеохостинги (Youtube, Tiktok, Rutube, Likee и пр.), блоги («Яндекс.Дзен», LiveJournal и пр.), мессенджеры (Telegram и пр.), отзывы (otzovik, sravni.ru и пр.), магазины (Wildberries, Ozon и пр.), карты («Яндекс.Карты», 2ГИС и пр.), форумы. При первичном изучении наибольшую активность по исследуемой тематике показали первые четыре группы социальных медиа, в связи с чем было принято решение ограничиться их рассмотрением в совокупности и каждого типа в отдельности.

У метода существуют свои ограничения:

- включение нерелевантных сообщений в результаты поиска по запросу, что требует дополнительной проверки, перепроверки и фильтрации полученных результатов;
- возможность некорректной интерпретации сленга, что порождает необходимость вводить все падежные формы сленгового слова для включения в результаты поиска или исключать конкретные формы слова.

По перечисленным причинам в некоторых случаях приходилось исключать сленговые названия наркотических веществ. В результатах поиска значительное количество нерелевантных сообщений содержало в себе словосочетания: «лимонная кислота», «фолиевая кислота», «серная кислота», «соляная кислота», «жирные кислоты» и т.д. Количество нерелевантных сочетаний слова «кислота» с другими словами, которые нужно было исключить в тексте запроса, было настолько велико, что было принято решение не включать в текст запроса слово «кислота» из-за частого употребления во множестве нерелевантных смыслов, которые невозможно исключить полностью путем их простого перечисления.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

В изучаемый период отсутствовали значительные изменения в колебаниях активности при учете значений «Просмотры», «Лайки», «Подписчики»

по очереди в сочетании с динамикой количества сообщений по теме с шагом в день и с шагом в неделю. При этом обнаружен один скачок в активности (в динамике с шагом «день» рассматривалось значение «Вовлеченность» («лайки» и «репосты» пользователей) в сочетании с динамикой количества сообщений, для более подробного изучения было принято решение сосредоточить свое внимание на периоде в две недели (с 4 по 17 апреля 2025 г.), включающем даты (10 и 11 апреля 2025 г.), на которые и пришелся скачок активности (рис. 1).

За период с 4 по 17 апреля 2025 г. по исследуемой тематике в четырех самых популярных типах медиа (социальные сети, мессенджеры, блоги и видеохостинг) было сделано 30,204 тыс. сообщений, из них 14,593 тыс. – оригинальных. В социальных сетях было сделано 13,567 тыс. сообщений (оригинальных – 5 813), в мессенджерах – 13,919 тыс. (оригинальных – 7,275 тыс.), в блогах – 2,059 тыс. (оригинальных – 1,291 тыс.), в видеохостингах – 659 (оригинальных – 214).

В результате рассмотрения различных сообщений, вышедших по составленному запросу, выделены 6 категорий и три подкатегории сообщений по содержанию (таблица).

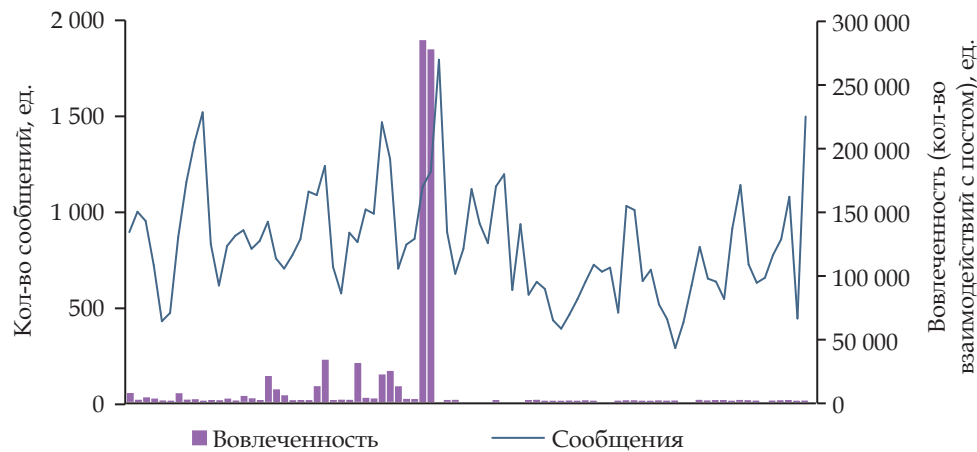
Если рассматривать так называемые события, ставшие инфоповодами за анализируемый период, можно заметить, что первые пять по количеству событий включают два из выделенных тегов: «Новости» и «Реклама». При этом группа идентичных или похожих сообщений, вызвавших скачок вовлеченности, относится к тегу «Новости». В этом контексте особого внимания заслуживает инфоповод о смерти рэпера Паши Техника 4 апреля 2025 г., который также проявился в событиях, оказавшись на седьмом месте по количеству репостов и дублей за рассматриваемый период, а также на третьем месте – в виде своеобразного флэшмоба, в ходе которого фанаты творчества музыканта постили вариации названия его самого популярного трека «Нужен Хапах» (отнесено к тегу «Результаты творчества»)^{4,5}. В формируемом представлении сочетается явное осуждение и негативное отношение к употреблению наркотических веществ и прославление, возвышение, идолизация образа рэпера Паши Техника.

В XXI в. число смертей знаменитостей, связанных с наркотиками, почти удвоилось, причем значительно возросло число случаев употребления

⁴ Паша Техник умер. Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2025/04/01/kto-takoy-pasha-tehnik-i-chto-s-nim-sluchilos/?ysclid=mapayl5ij455228346> (дата обращения: 05.07.2025).

⁵ Бывшая жена Паши Техника обвинила тайского наркодилера в смерти рэпера. Режим доступа: <https://ok.ru/group/53636635623656/topic/157278412241896> (дата обращения: 05.07.2025).

³ Организация Объединенных наций. Терминология и информация о наркотических средствах. Режим доступа: https://www.unodc.org/documents/scientific/Terminology_Russian.pdf (дата обращения: 05.07.2025).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study
Рис. 1. Динамика изменений количества сообщений по теме и вовлеченности аудитории (1 марта – 27 мая 2025 г.)
Fig. 1. Dynamics of changes in the number of posts by topic and engagement by those posts (March 1, 2025 – May 27, 2025)

опиоидов по рецепту. Более половины знаменитостей, включенных в это исследование, были представителями индустрии развлечений⁶.

По каждому из основных типов социальных медиа (социальные сети, блоги, видеохостинги, мессенджеры), отсортировано около 100 сообщений по выделенным тегам. Тегирование производилось на каждые 25 первых сообщений по следующим критериям представления сообщений в ленте, предложенным системой: вовлеченность (рассчитывалась как сумма всех реакций на сообщения: лайков, репостов, комментариев), просмотры, релевантность, индекс влиятельности поста (рассчитывается самой системой, при этом учитываются показатели вовлеченности поста, а также репутация источника, тип площадки и т.д.).

⁶ American Addiction Centers. Addiction in the Entertainment. Режим доступа: <https://americanaddictioncenters.org/entertainers> (дата обращения: 05.07.2025).

При анализе сообщений по теме выявлены особенности контента наркотической тематики в зависимости от типа социальных медиа. В первую очередь необходимо отметить, что во всех типах социальных медиа самое большое количество сообщений приходилось на тег «Новости». Данный тренд может свидетельствовать о том, что в социальных медиа присутствует представление о наркомании как о социальной угрозе и криминализированном явлении, так как подавляющая доля новостей заключается в сообщении о задержании или наказании человека, хранившего или употреблявшего наркотики⁷. Практически все новости с упоминанием названий наркотических веществ содержат информацию о задержании за их хранение, транспортировку или употребление.

⁷ Соцсети взорвал чиновник из Узбекистана, который курил траву на рабочем месте. Режим доступа: <https://t.me/mediavouyni/18437> (дата обращения: 05.07.2025).

Таблица. Расшифровка некоторых тегов-категорий сообщений наркотической тематики

Table. Decoding the tag-categories of drug-related messages

Тег-категория	Расшифровка
Новости	Актуальное информирование о событиях в стране и в мире
Опыт	Личный опыт употребления или взаимодействия с наркопотребителем
Информирование и профилактика	Антинаркотическая пропаганда
Реклама и продажи	Реклама веществ/вакансий «закладчиков» (наркокурьеров)
Результаты творчества	Упоминание наркотического вещества в искусстве (книги, песни)

Окончание таблицы

Тег-категория	Расшифровка
Имена (питомцев/пользователей)	В качестве названия аккаунта или имени питомца
Отвлеченное значение	
Юмор	Шутки, строящиеся на образе наркомана или о процессе употребления
Оскорбление	Оскорбления с использованием названия наркотика и производных от него
Сравнение/метафора	Сравнение с наркотическим веществом

Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

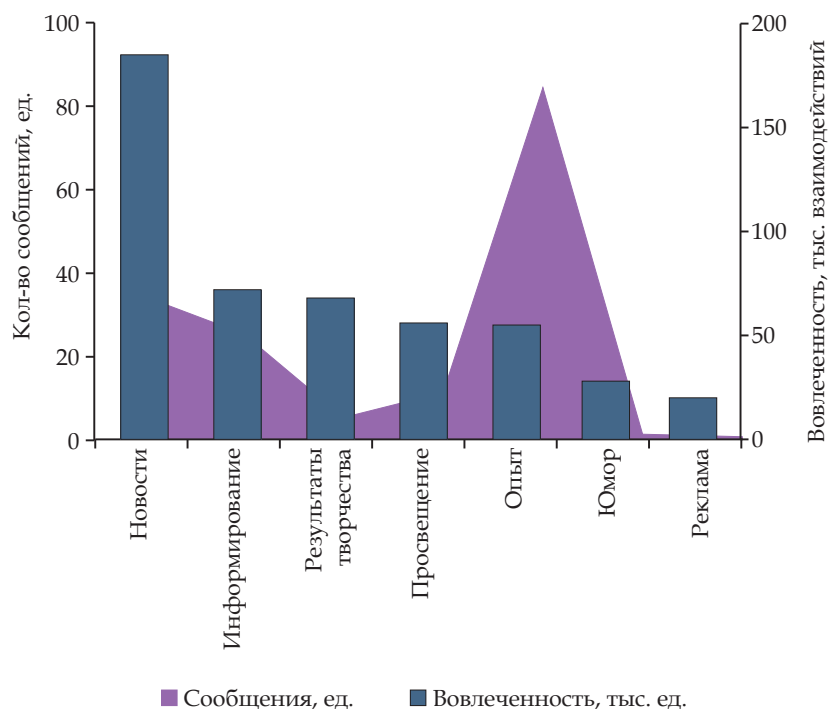
По причине распространенности тега «Новости» и из-за специфики, отражаемой в сообщениях по тегу информации, описанной выше, во всех рассматриваемых типах социальных медиа можно опустить данный тег при анализе популярных тегов для каждого типа. После исключения тега «Новости» для анализа получено 328 сообщений (рис. 2).

Большая доля сообщений принадлежит тегу «Информирование и профилактика» (72 сообщения с вовлеченностью 25 тыс.), на втором месте по количеству – «Результаты творчества» (62 сообщения с вовлеченностью около 5 тыс. реакций), на третьем – «Опыт» (54 сообщения с самой

высокой вовлеченностью аудитории в размере 84 тыс. реакций – лайков, комментариев, репостов).

Перейдем к рассмотрению показателей контента тематики наркомании с учетом сортировки по тегам для каждого из рассматриваемых типов в социальных медиа. Если анализировать результаты распределения сообщений по тегам в таком типе социальных медиа, как мессенджеры, можно заметить, что для них в значительной степени характерны сообщения с тегом «Реклама» (рис. 3).

Исследователи отмечают, что такие функции платформы Telegram, как возможность создавать закрытые чаты, каналы, личные переписки, действительно обеспечивают благоприятные усло-



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 2. Количество сообщений по тегам и показатель вовлеченности, соответствующий совокупности сообщений по тегу (все рассматриваемые типы социальных медиа) (4–17 апреля 2025 г.)

Fig. 2. Number of posts by tag and engagement rate corresponding to the set of posts by tag (all social media types considered) (April 4–17, 2025)

вия для активного функционирования представителей сферы нелегальной деятельности, в том числе продажи наркотиков [Wischerath, 2024]. Отечественные исследователи неоднократно отмечали, что главным каналом распространения наркотиков в мессенджере является использование чат-ботов-однодневок, которые создаются для однократной продажи небольших доз наркотиков, а отсутствие цифровых следов (log-файлов, метаданных чат-ботов), использование средств шифрования для анонимности (VPN) не позволяют проследить IP-адрес пользователя. Все это способствует тому, что Telegram стал главным инструментом распространения наркотиков, а реклама «наркошопов» регулярно появляется на тротуарах, в подъездах, лифтах и других общественных местах [Петухов, 2020]. В мессенджере закрепляется целая социальная иерархия в сфере наркомании. Так, выделяют разработчиков (производителей) наркотиков, контрабандистов, оптовых наркокурьеров, маркетологов, ведущих страницы в соцсетях, диспетчеров, собирающих заказы и принимающих оплату, промоутеров, делающих граффити и трафареты, «закладчиков» («кладменов»), коллекторов (следающих за закладчиками), «дроперов», предоставляющих личные данные для обналаживания средств [Суходолов, 2019]. Управление Организации Объединенных Наций по наркотикам и преступности выделяет более простую социальную структуру: «администраторы» (англ. Administrators), «продавцы» (англ. Vendors), «покупатели» (англ. Buyers) и «доставщики» (англ. Mules). Доставщики («дроперы» и «закладчики») названы «мулами», или «ишаками», то есть буквально теми, кто доставляет наркотики к месту

назначения⁸. Рассматриваемый мессенджер довольно давно стал «глобальной канализацией криминальной активности во всем мире», наши результаты это только подтверждают⁹.

В 2024 г. во Франции был арестован основатель мессенджера Telegram Павел Дуров за отказ от сотрудничества с французскими правоохранительными органами¹⁰. В России мессенджер признан виновным в неисполнении обязанности по осуществлению мониторинга и принятию мер по ограничению доступа к запрещенной информации, и только в июле 2025 г. стали распространяться новости, что Telegram готов выполнить требования закона «О приземлении» и открыть филиал или юридическое лицо в России^{11,12}. Все это постепенно приводит к тому, что мессенджер декриминализируется. Модерирование контента в мессенджере не искоренит весь противоправный контент, но перенесет его на другие площадки.

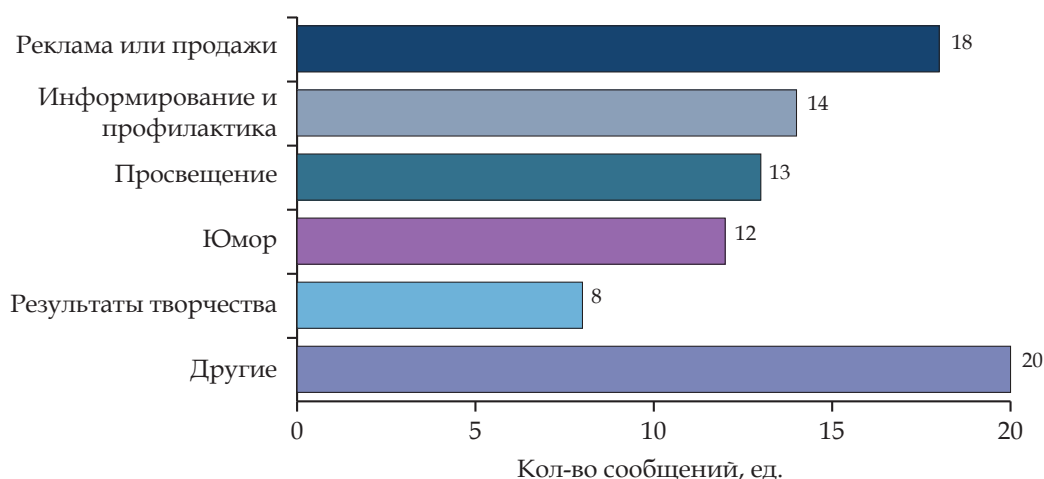
⁸ United Nations. Office on Drugs and Crime. Online trafficking of synthetic drugs. Режим доступа: <https://syntheticdrugs.unodc.org/syntheticdrugs/en/cybercrime/onlinetrafficking/index.html> (дата обращения: 05.07.2025).

⁹ Telegram назвали «глобальной канализацией криминальной активности». Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/tech/news/2024/09/08/23878243.shtml> (дата обращения: 05.07.2025).

¹⁰ Что известно об уголовном преследовании Дурова во Франции. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2024/08/26/1057917-cto-izvestno-ob-ugolovnom-presledovanii-durova-vo-frantsii> (дата обращения: 05.07.2025).

¹¹ Федеральный закон от 1 июля 2021 г. № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” на территории Российской Федерации» регулирует отношения, связанные с осуществлением деятельности иностранных лиц в сети “Интернет” на территории Российской Федерации. Режим доступа: <https://236-fz.rkn.gov.ru/agents/list/6> (дата обращения: 05.07.2025).

¹² Telegram начал регистрацию представительства по закону о «приземлении». Режим доступа: <https://www.rbc.ru/politics/17/07/2025/687906ad9a7947f6d6554c2c> (дата обращения: 05.07.2025).



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

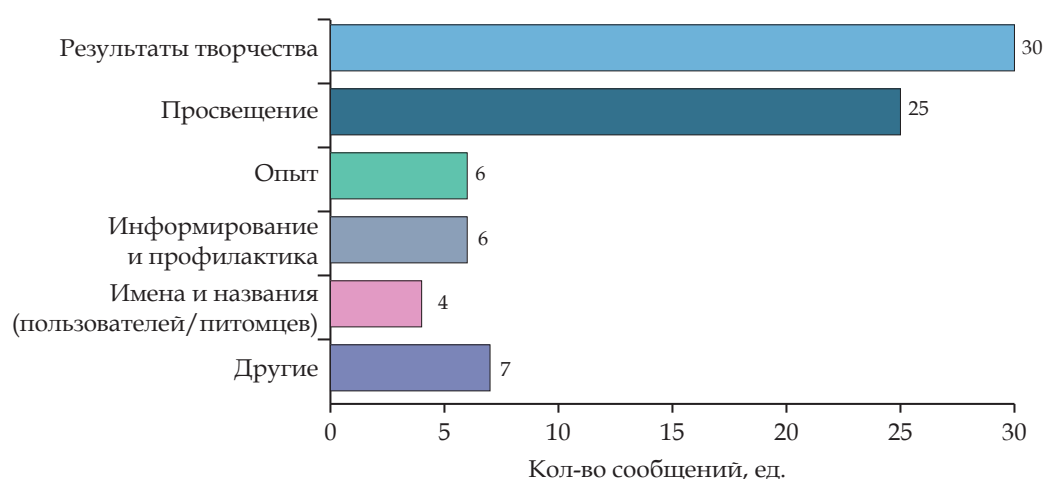
Рис. 3. Количество сообщений по тегам (мессенджеры) (4–17 апреля 2025 г.)

Fig. 3. Number of messages by tags (messaging) (April 4–17, 2025)

В случае исследования результатов по сортировке по тегам от типа социальных медиа «Социальные сети» получаются отличные от мессенджеров результаты. После исключения тега «Новости» количество отсортированных сообщений составило 74. В социальных сетях в большей степени, чем в остальных видах медиа, присутствуют сообщения, которые можно отнести к тегам «Продукты творчества» или «Просвещение» (рис. 4). Это свидетельствует о том, что в социальных сетях, таких как «ВКонтакте», активно делятся музыкой, текстами и другими продуктами творчества, в которых фигурируют образы наркопотребителей и наркопотребления. В качестве примера можно привести уже упоминав-

шийся нами инфоповод по поводу смерти рэпера Паши Техника.

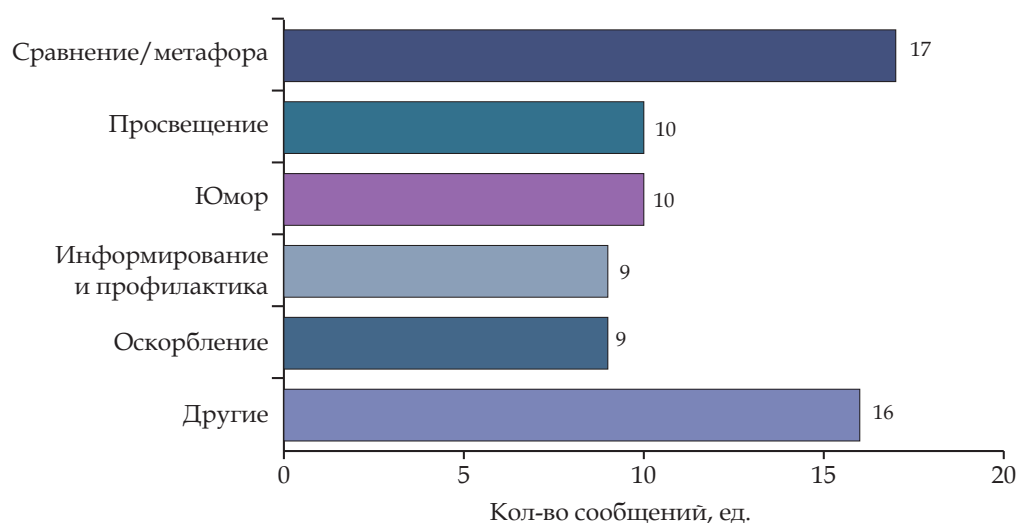
В «Блогах» предметное обсуждение наркотической тематики практически отсутствует (рис. 5). После сортировки и исключения из рассмотрения сообщений тега «Новости» количество сообщений для анализа составило 66. Упоминание наркотиков, часто в контексте актов их употребления, связано в значительной доле случаев с оскорблениями, иронией, также оно используется в сравнениях (примеры выше в таблице). Превалирование подобных тегов свидетельствует о стигматизации наркомании в пространстве данного типа социальных медиа.



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 4. Количество сообщений по тегам (социальные сети) (4–17 апреля 2025 г.)

Fig. 4. Number of messages by tags (social network sites) (April 4–17, 2025)



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 5. Количество сообщений по тегам (блоги) (4–17 апреля 2025 г.)

Fig. 5. Number of messages by tags (blogging platforms) (April 4–17, 2025)

Видеохостинги также имеют свои особенности. После исключения тега «Новости» оставшееся для анализа количество сообщений составило 104. В видеоформате преобладают теги «Информирование и профилактика», «Просвещение», «Опыт» (рис. 6).

Все перечисленные теги, как правило, соответствуют контенту, производимому аккаунтами реабилитационных центров, медицинских учреждений и прочих организаций и объединений, предоставляющих помощь в борьбе с зависимостями. Из данных трендов можно заключить, что в пространстве видеохостингов превалирует контент, который своей направленностью противостоит стигматизации наркоманов и формирует представление о наркомании как о болезни, трагедии или личной драме. В качестве примера можно привести видео, которые публикуются на каналах «Клиника доктора Шурова», «Доктор Лазарев», «Проект “Выжившие”», «Психолог Андрей Николаев», «OTETS OLEG»^{13,14,15,16,17}. Данные каналы имеют

¹³ Клиника доктора Шурова. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC9Nr66-gj9tao60ISP-pPtg> (дата обращения: 05.07.2025).

¹⁴ Доктор Лазарев. Режим доступа: (<https://www.youtube.com/@doctorlazarev>) (дата обращения: 05.07.2025).

¹⁵ Проект «Выжившие». Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCX32Qy8W7Uf17l-mc8rEs1Q> (дата обращения: 05.07.2025).

¹⁶ Психолог Андрей Николаев. Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC9as3Sj68QmMvjFbIHueJsA> (дата обращения: 05.07.2025).

¹⁷ OTETS OLEG. Режим доступа: <https://www.youtube.com/@OtetsOleg> (дата обращения: 05.07.2025).

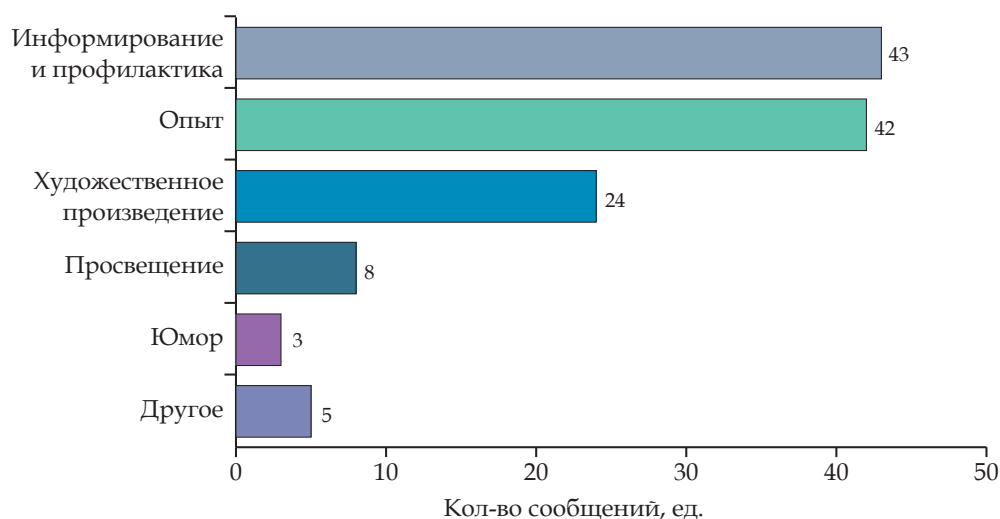
миллионы и сотни тысяч подписчиков. На них публикуются интервью («исповеди») с людьми, борющимися с зависимостями, мини-лекции по различным темам (наркотические вещества, психология, психиатрия, общая медицина и пр.), интервью со специалистами в разных областях и знаменитостями, рекламируются услуги реабилитационных центров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В статье рассмотрен и типизирован медиаконтент о наркомании в социальных медиа, выявлены основные метрики (количество сообщений и вовлеченность аудитории) с учетом сортировки сообщений по тегам (тематикам), определена специфика материалов в различных типах медиа (мессенджерах, социальных сетях, блогах, видеохостингах).

Проведенный анализ позволяет сделать ряд выводов, отражающих особенность представления о наркомании в русскоязычном цифровом пространстве. В медиа доминирует новостной формат сообщений о наркотиках, что способствует закреплению представления о наркомании как о социальной угрозе. На втором месте сообщения, которые касаются информирования и профилактики наркомании. Наибольший отклик у аудитории (реакций, лайков, комментариев, репостов) набирают публикации о личном опыте пользователей употребления наркотиков.

Каждый тип социальных медиа характеризуется преобладанием различных форм сообщений,



Составлено авторами по материалам исследования / Compiled by the authors on the materials of the study

Рис. 6. Количество сообщений по тегам (видеохостинги) (4–17 апреля 2025 г.)

Fig. 6. Number of messages by tags (video hosting sites) (April 4–17, 2025)

что формирует многочисленные образы о наркомании. В мессенджерах содержится самое значительное количество сообщений рекламного характера наркотиков, наркошопов, наркокурьерства, что свидетельствует о функционировании нелегального и практически неконтролируемого наркорынка в цифровой среде. Заметное присутствие ироничных и юмористических сообщений указывает на процесс нормализации наркопотребления: оно воспринимается не столько как трагедия, сколько как элемент повседневного интернет-дискурса, пусть и с негативной эмоциональной окраской и оскорбительными выражениями. В социальных сетях доминирует контент массовой культуры

о наркомании (фильмы о наркоманах, современная музыка о наркопотреблении и т.д.). Видеохостинговые платформы чаще транслируют релевантный контент профилактического и информативного характера, который публикуют реабилитационные центры, что создает потенциал для формирования более осознанного и взвешенного отношения к теме наркопотребления.

Следует признать наличие огромного количества контента о наркомании в русскоязычном сегменте Интернета, что требует не только социологической, но и юридической оценки с последующими взвешенными управленческими решениями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Валькова У.В. История наркотизма от древних времен до современности (социологический анализ). Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2011;130:271–275.
- Петухов А.Ю. Проблемы противодействия использованию компьютерных технологий в незаконном обороте наркотиков. Вестник Краснодарского университета МВД России. 2020;1(47):68–71.
- Суходолов А.П. Цифровые технологии и наркопреступность: проблемы противодействия использованию мессенджера «Телеграм» в распространении наркотиков. Всероссийский криминологический журнал. 2019;1(13):5–17. [https://doi.org/10.17150/2500-4255.2019.13\(1\).5-17](https://doi.org/10.17150/2500-4255.2019.13(1).5-17)
- Шульц В.Л. Теоретико-методологические проблемы цифровой социологии. Вестник Московского университета. Социология и политология. 2022;1(28):126–144.
- Dal A., Nisbet E.C. Walking through firewalls: Circumventing censorship of social media and online content in a networked authoritarian context. Social Media+ Society. 2022;4(8)ю <https://dx.doi.org/10.1177/20563051221137738>
- Daniel Jr E.S., Crawford Jackson E.C., Westerman D.K. The influence of social media influencers: Understanding online vaping communities and parasocial interaction through the lens of Taylor’s six-segment strategy wheelю Journal of Interactive Advertising. 2018;2(18):96–109.
- Hollenbaugh E.E. Self-Presentation in social media: Review and research opportunities. Review of Communication Research. 2021;9:81–98.
- McLuhan M. Understanding media: the extensions of man. Gingko Press; 2013. 336 p.
- Swart J. Experiencing Algorithms: How Young People Understand, Feel About, and Engage with Algorithmic News Selection on Social Media. Social Media + Society. 2021;2(7).
- Vogel E.A., Ramo D.E., Rubinstein M.L., Delucchi K.L., Darrow S.M., Costello C., Prochaska J.J. Effects of Social Media on Adolescents’ Willingness and Intention to Use E-Cigarettes: An Experimental Investigation. Nicotine & Tobacco Research. 2021;4(23):694–701.
- Wischerath D. Spreading the Word: Exploring a Network of Mobilizing Messages in a Telegram Conspiracy Group. In: Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2024.

REFERENCES

- Dal A., Nisbet E.C. Walking through firewalls: Circumventing censorship of social media and online content in a networked authoritarian context. Social Media+ Society. 2022;4(8)ю <https://dx.doi.org/10.1177/20563051221137738>
- Daniel Jr E.S., Crawford Jackson E.C., Westerman D.K. The influence of social media influencers: Understanding online vaping communities and parasocial interaction through the lens of Taylor’s six-segment strategy wheelю Journal of Interactive Advertising. 2018;2(18):96–109.
- Hollenbaugh E.E. Self-Presentation in social media: Review and research opportunities. Review of Communication Research. 2021;9:81–98.
- McLuhan M. Understanding media: the extensions of man. Gingko Press; 2013. 336 p.
- Petukhov A.Yu. (2020). Problems of countering the use of computer technology in drug trafficking. Bulletin of Krasnodar University of Russian MIA. 2020;1(47):68–71. (In Russian).

Shultz V.L. Theoretical and methodological problems of digital sociology. Bulletin of Moscow University. Sociology and Political Science. 2022;1(28):126–144. (In Russian).

Sukhodolov A.P. Digital technologies and drug-related crime: problems of counteracting the use of Telegram messenger for trafficking drugs. Russian Journal of Criminology. 2019;1(13):5–17. (In Russian). [https://doi.org/10.17150/2500-4255.2019.13\(1\).5-17](https://doi.org/10.17150/2500-4255.2019.13(1).5-17)

Swart J. Experiencing Algorithms: How Young People Understand, Feel About, and Engage with Algorithmic News Selection on Social Media. Social Media + Society. 2021;2(7).

Valkova U.B. History of drug abuse from ancient times to the present (sociological analysis). Izvestiya RGPU named after A.I. Herzen. 2011;130:271–275. (In Russian).

Vogel E.A., Ramo D.E., Rubinstein M.L., Delucchi K.L., Darrow S.M., Costello C., Prochaska J.J. Effects of Social Media on Adolescents' Willingness and Intention to Use E-Cigarettes: An Experimental Investigation. Nicotine & Tobacco Research. 2021;4(23):694–701.

Wischerath D. Spreading the Word: Exploring a Network of Mobilizing Messages in a Telegram Conspiracy Group. In: Extended Abstracts of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2024.