

УДК 343.97:328.185(470.41)

П. А. КАБАНОВ,

доктор юридических наук, профессор

Институт экономики, управления и права (г. Казань), Россия

АНТИКОРРУПЦИОННАЯ РЕКЛАМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН КАК ИНФОРМАЦИОННОЕ СРЕДСТВО ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Цель: привлечь внимание субъектов антикоррупционной политики Республики Татарстан к проблеме использования антикоррупционной рекламы как средства системы информационного сопровождения политики противодействия коррупции.

Методы: сравнительно-правовой, системный и структурный анализ документов.

Результаты исследования: предложено авторское определение антикоррупционной рекламы как средства информационного воздействия на население республики в целях формирования антикоррупционного мировоззрения и антикоррупционного поведения. Осуществлен структурный анализ антикоррупционной рекламы, описаны и объяснены ее цели, задачи, функции, предложены меры по повышению ее результативности.

Научная новизна: впервые в российской науке дается определение антикоррупционной рекламы и раскрывается ее сущность как инструмента противодействия коррупции.

Практическая значимость: выработаны меры организационно-управленческого и правового характера, направленные на повышение результативности антикоррупционной рекламы в регионе.

Ключевые слова: антикоррупционная реклама; коррупция; реклама; противодействие коррупции; антикоррупционная политика; Республика Татарстан.

Введение

В современных условиях противостояния общества и коррупции особое место занимает разработка и реализация наиболее гуманных и эффективных средств профилактики коррупции. Одним из таких средств антикоррупционной профилактики в современном обществе является антикоррупционное информационное воздействие в различных его формах и проявлениях – антикоррупционная агитация, антикоррупционная пропаганда и антикоррупционное информирование. Этому направлению антикоррупционной деятельности, невзирая на необходимость его изучения, современными российскими и зарубежными специалистами уделяется мало внимания [1]; имеется лишь небольшое количество научных исследований и публикаций, посвященных отдельным направлениям антикоррупционного информационного воздействия как в России [2, с. 32–38; 3, с. 39–46; 4, с. 1130–1138; 5, с. 878–884], так и за рубежом [6, с. 58–79; 7, с. 81–86]. Среди апробированных и наиболее часто используемых в антикоррупционной практике, но мало разработанных в теоретическом плане средств информационного

воздействия оказалась антикоррупционная реклама, по которой имеется лишь одна небольшая по объему публикация китайских специалистов, посвященная использованию телевизионной антикоррупционной рекламы в качестве элемента системы антикоррупционного воспитания в Гонконге [8, с. 87–96]. Однако это обстоятельство не мешает современным российским специалистам в области противодействия коррупции использовать антикоррупционную рекламу как средство информационного сопровождения государственной антикоррупционной политики.

Следует отметить, что в современном российском обществе антикоррупционная реклама как инструмент информационного воздействия на население чаще всего используется в субъектах Российской Федерации на региональном и муниципальном уровнях. В числе российских регионов, активно использующих антикоррупционную рекламу как средство информационного воздействия на население, находится и Республика Татарстан. Вместе с тем до настоящего времени отечественными специалистами не проведено ни одного научного исследования, посвященно-

го анализу этого инструмента республиканской антикоррупционной политики, имеющей богатый опыт использования антикоррупционной рекламы. В связи с этим становится очевидной необходимость исследования антикоррупционной рекламы как средства информационного воздействия на население в Республике Татарстан и на ее основе – выработка мер по повышению эффективности этого инструмента республиканской антикоррупционной политики. Выбор Республики Татарстан обусловлен еще и тем, что в этом субъекте Российской Федерации в достаточном количестве имеются нормативные правовые акты, регламентирующие использование антикоррупционной рекламы; документы, описывающие результаты применения антикоррупционной рекламы и даже опыт судебного рассмотрения споров по данной проблематике.

Эмпирической базой проведенного нами исследования стали: 15 нормативных правовых актов, предусматривающих использование в Республике Татарстан антикоррупционной рекламы на республиканском и муниципальном уровнях; 56 отчетов (республиканских, ведомственных и муниципальных) о реализации мер антикоррупционной политики, в которых упоминается использование антикоррупционной рекламы; одно судебное решение по данному вопросу; 36 объектов наружной антикоррупционной рекламы, размещенных на территории муниципальных образований республики.

В качестве основного метода исследования нами использован метод анализа документов и связанные с ним общенаучные и специальные методы, используемые в праве и социологии.

Результаты исследования

Антикоррупционная реклама как самостоятельный элемент системы антикоррупционной пропаганды и инструмент противодействия коррупции в Республике Татарстан появился одновременно с пониманием того, что эффективная региональная антикоррупционная политика не может существовать без надежного информационного сопровождения¹. Первое упоминание

¹ О Стратегии антикоррупционной политики Республики Татарстан: Указ Президента Республики Татарстан № УП-127 от 08.04.2005 // Ведомости Государственного Совета Татарстана. – 2005. – № 4 (II часть). – Ст. 460.

об антикоррупционной рекламе как средстве антикоррупционной пропаганды было отмечено в Республиканской программе по реализации Стратегии антикоррупционной политики Республики Татарстан на 2006–2008 гг. В разделе 6 «Антикоррупционная пропаганда» этой программы Агентству Республики Татарстан по массовой коммуникации «Татмедиа» и отделу по реализации антикоррупционной политики Республики Татарстан предписывалось провести конкурс на разработку проектов *социальной рекламы антикоррупционной направленности* (выделено мной – П.К.) на радио и телевидении, в печатных и электронных средствах массовой информации и на рекламных щитах². Учитывая то обстоятельство, что термин «антикоррупционная реклама» на территории России еще не использовался, в том числе и в нормативных правовых актах, то его в этом документе заменило близкое по смыслу словосочетание «социальная реклама антикоррупционной направленности». Однако в более поздних республиканских программных документах по вопросам противодействия коррупции словосочетание «социальная реклама антикоррупционной направленности» было заменено другим термином «*рекламная продукция антикоррупционной направленности*»³. По этой

² Об утверждении Республиканской программы по реализации Стратегии антикоррупционной политики Республики Татарстан на 2006–2008 гг.: Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан № 516 от 16.10.2006 (с изм. от 30.12.2006) // Сборник постановлений и распоряжений Кабинета Министров Республики Татарстан и нормативных актов республиканских органов исполнительной власти. – 2006. – № 40. – Ст. 1047.

³ Об утверждении Республиканской программы по реализации Стратегии антикоррупционной политики Республики Татарстан на 2009–2011 гг.: Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан № 693 от 22.09.2008 (ред. от 18.08.2010 № 666) // Сборник постановлений и распоряжений Кабинета Министров Республики Татарстан и нормативных актов республиканских органов исполнительной власти. – 2008. – № 37. – Ст. 1548; Об утверждении Комплексной республиканской антикоррупционной программы на 2012–2014 гг.: Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан № 687 от 18.08.2011 (ред. от 17.08.2012 № 713) // Сборник постановлений и распоряжений Кабинета Министров Республики Татарстан и нормативных актов республиканских органов исполнительной власти. – 2011. – № 33. – Ст. 1612.

причине в большинстве программных нормативных правовых актов, регулирующих разработку, производство, размещение и распространение антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан на республиканском и муниципальном уровнях, используются только эти два словосочетания. Словосочетание «социальная реклама антикоррупционной направленности» используется лишь в пяти муниципальных и республиканских программных нормативных правовых актах⁴, а альтернативное ему «рекламная продукция антикоррупционной направленности» в десяти аналогичных правовых документах⁵. Хотя в отдельных региональных официальных документах о результатах антикоррупционной деятельности используется термин «социальная реклама антикоррупционной направленности»⁶, а в судебной практике используется несколько близкий по значению термин «реклама антикоррупционной работы»⁷.

Необходимо отметить, что в самих нормативных правовых актах, использующих эти термины, не раскрывается содержание антикоррупционной рекламы и не дается ее правовая дефиниция. На наш взгляд, такое положение обусловлено несколькими причинами. Во-первых, отсутствием правовой дефиниции «антикоррупционная реклама» в республиканском антикоррупционном законодательстве и нормативных правовых актах по его реализации, а также в антикоррупционных нормативных правовых актах других субъектов Российской Федерации. Во-вторых, отсутствием научного определения «антикоррупционная

реклама» в современной российской антикоррупционной теории, в том числе и специализированных антикоррупционных терминологических словарях [9]. В связи с этим становится очевидным, что разработка и правовое закрепление содержания термина «антикоррупционная реклама» как правовой категории республиканского антикоррупционного законодательства является важнейшим и перспективным направлением антикоррупционной деятельности. Более того, необходимо в кратчайшие сроки принять меры по раскрытию содержания антикоррупционной рекламы как специфического средства антикоррупционного информационного воздействия, используя при этом положения федерального рекламного законодательства.

На наш взгляд, приемлемой правовой дефиницией антикоррупционной рекламы для использования в республиканских и муниципальных нормативных правовых актах Республики Татарстан может стать разработанная нами с учетом действующего федерального рекламного законодательства и предлагаемая ниже дефиниция. *Антикоррупционная реклама* – это распространение антикоррупционной информации любым способом, в любой форме и с использованием любых средств в отношении неопределенного круга лиц, направленная на привлечение внимания населения к проблеме противодействия коррупции и формирование в обществе антикоррупционного мировоззрения и антикоррупционного поведения. Разумеется, что представленное нами определение антикоррупционной рекламы как правовой категории республиканского антикоррупционного законодательства не является идеальным, возможны и иные подходы к его формированию.

Согласно предложенному нами определению, содержанием антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан является распространение антикоррупционной информации любым способом, в любой форме и с использованием любых средств для достижения основных целей республиканской антикоррупционной политики.

На наш взгляд, важнейшими структурными элементами антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан выступают:

- а) объекты антикоррупционной рекламы;
- б) цели и задачи антикоррупционной рекламы;
- в) субъекты антикоррупционной рекламы;

⁴ О Программе реализации антикоррупционной политики в г. Казани на 2009–2012 гг.: Постановление Руководителя исполнительного комитета муниципального образования № 2098 г. Казань от 30 марта 2009 г.

⁵ О комплексной антикоррупционной программе в Заинском муниципальном районе на 2012–2014 гг.: Решение Заинского районного Совета Республики Татарстан № 151 от 20 января 2012 г. // Новый Зай. – 2012. – 25 января.

⁶ Сводный отчет о состоянии коррупции и реализации мер антикоррупционной политики в Республике Татарстан в 2011 г. – Казань: Управление Президента Республики Татарстан по вопросам антикоррупционной политики, 2012. – С. 77.

⁷ Решение Вахитовского районного суда города Казани Республики Татарстан от 28 марта 2013 г. по делу № 2-2859/2013.

- г) средства антикоррупционной рекламы;
- д) функции антикоррупционной рекламы;
- е) потребители антикоррупционной рекламы.

В качестве объектов рекламирования антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан чаще всего выступает антикоррупционная деятельность, т. е. антикоррупционные мероприятия, проводимые как органами государственной власти и органами местного самоуправления, так и институтами гражданского общества или антикоррупционные акции либо антикоррупционная информация, направленная на разъяснение основ противодействия коррупции. В числе антикоррупционных рекламных мероприятий в республике наибольшее внимание уделяется: антикоррупционным творческим конкурсам среди учащихся, преподавателей, студенческой молодежи, журналистов региональных и муниципальных средств массовой коммуникации; научным антикоррупционным мероприятиям (конференциям, семинарам, «круглым столам» и т.п.)⁸. Широкую рекламную поддержку в электронных средствах массовой коммуникации Республики Татарстан получила молодежная антикоррупционная акция «Чистые руки».

Наиболее важной составляющей антикоррупционной деятельности, как и антикоррупционной рекламы, является определение основных целей и задач этой деятельности. В качестве целей антикоррупционной рекламы, в зависимости от размещаемой в ней информации, выступают антикоррупционное информирование и формирование антикоррупционного поведения. Антикоррупционное информирование происходит в двух формах: а) информирование населения о мерах противодействия коррупции в органах публичной власти; б) информирование населения о способах защиты своих прав и законных интересов от коррупционеров в правоохранительных и судебных органах (месте их расположения, механизмах обращения в них и др.). Формирование антикоррупционного поведения населения, в том числе и государственных (муниципальных)

служащих осуществляется путем информационного воздействия в целях отказа с их стороны от коррупционного поведения (формирование пассивного антикоррупционного поведения) или путем содействия правоохранительным органам в борьбе с коррупцией (формирование активного антикоррупционного поведения). Достижение этих целей антикоррупционной рекламы может способствовать решению основной цели республиканской антикоррупционной политики – снижению уровня коррупции в обществе и повышению эффективности противодействия коррупции.

Для достижения основных целей антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан необходимо поэтапное решение ряда взаимосвязанных и взаимообусловленных задач, а именно:

- а) привлечь внимание общества к проблеме коррупции;
- б) изменить отношение населения к ней однозначно на негативное;
- в) показать возможные пути снижения уровня коррупции в республике;
- г) изменить модели поведения жителей республики при столкновении с фактами коррупции;
- д) создать новые поведенческие ценности – неприятие коррупции как средства решения личных, групповых или корпоративных интересов.

При этом следует согласиться с отечественными специалистами, что любая социальная реклама, в том числе и антикоррупционная, решает лишь одну конкретную задачу, стоящую перед ней [10, с. 345].

Проведенный нами анализ наружной антикоррупционной рекламы, размещенной на территории муниципальных образований, показал, что наиболее часто рекламодатели заказывают и получают рекламную продукцию, направленную на привлечение внимания населения к проблеме коррупции в обществе – 15 или 41,7% всех антикоррупционных баннеров. Как правило, на этих информационных стендах размещаются антикоррупционные слоганы «за коррупцию расплачивается каждый из нас» (г. Набережные Челны, Менделеевский, Мензелинский, Азнакаевский районы) либо «коррупция убивает» (г. Казань, Ленингорский район). Значительную долю объектов наружной антикоррупционной рекламы в республике занимают баннеры, призывающие изменить отношение населения к коррупции как к негативному явлению, в которых указывается на пассивный отказ от ее

⁸ Сводный отчет о состоянии коррупции и реализации мер антикоррупционной политики в Республике Татарстан в 2012 г. – Казань: Управление Президента Республики Татарстан по вопросам антикоррупционной политики, 2012. – С. 45–54.

использования «коррупции – нет», «Коррупция-против», «Коррупция. Только НЕТ имеет значение» (г. Казань, Алексеевский и Чистопольский районы). Таких наружных рекламных стендов оказалось 11 или 30,6 % от общего количества. Несколько меньше объектов наружной антикоррупционной рекламы посвящено вопросам, направленным на изменение модели поведения жителей республики при столкновении с фактами коррупции с пассивного на активный. Обычно на таких рекламных щитах размещается информация о сообщении в компетентные органы на поведение коррупционеров по информационным каналам. Например, «Столкнулся с коррупцией? Звони по телефону №...» (Альметьевский, Буинский и Зеленодольский районы). Подобного рода информационные материалы составили 10 единиц или 27,7 %. К большому сожалению, нам не удалось обнаружить объекты наружной антикоррупционной рекламы, в которых бы отражались задачи, направленные на указание возможных путей снижения уровня коррупции и на создание новых антикоррупционных поведенческих ценностей.

В качестве субъектов антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан выступают: рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель. В качестве рекламодателя или заказчика антикоррупционной рекламы выступают органы публичной власти, именно они определяют механизмы осуществления, объем и стоимость государственного или муниципального заказа на изготовление антикоррупционной рекламной продукции и заключения договора на оказание рекламных услуг. На республиканском уровне в соответствии с антикоррупционными программными документами основным рекламодателем выступает Республиканское агентство по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа». Однако в нормативных правовых актах, регулирующих его деятельность, эта государственная антикоррупционная функция не указана⁹. Хотя, как

показывает практика правового регулирования антикоррупционной рекламы в других субъектах Российской Федерации, функция организации, обеспечения и контроля за антикоррупционной рекламой закрепляется в Положении об этих органах¹⁰.

На муниципальном уровне в Республике Татарстан в качестве заказчика антикоррупционной рекламы, как и всей социальной рекламы, выступают исполнительные комитеты муниципальных образований. Именно они осуществляют конкурсы на изготовление, размещение и распространение антикоррупционной рекламы.

В качестве рекламоизготовителей чаще всего выступают учреждения массовой коммуникации, которые одновременно выступают и рекламораспространителями антикоррупционной информации с использованием собственных средств доставки ее потребителям, хотя при изготовлении антикоррупционных плакатов и/или антикоррупционных баннеров могут выступать и иные рекламоизготовители, победившие в соответствующих конкурсах на оказание рекламных услуг. В республике нет запретов на участие в антикоррупционной рекламе представителей бизнес-сообщества и институтов гражданского общества.

Антикоррупционная реклама в Республике Татарстан осуществляется с помощью различных средств, в том числе и прямо закрепленных программными нормативными правовыми актами. Таковыми, по мнению республиканских правотворцев, являются: радио и телевидение, печатные и электронные средства массовой информации и рекламные щиты (баннеры) антикоррупционной направленности. О наличии на территории Республики Татарстан рекламных баннеров антикоррупционной направленности говорится в ежегодных отчетах о состоянии коррупции и мер антикоррупционной политики муниципальных образований республики¹¹. Учи-

⁹ Вопросы Республиканского агентства по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа»: Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан № 902 от 24.10.2012 (ред. от 04.05.2013 № 303) // Сборник постановлений и распоряжений Кабинета Министров Республики Татарстан и нормативных актов республиканских органов исполнительной власти. – 2012. – № 83. – Ст. 2771.

¹⁰ Об утверждении Положения об агентстве по делам печати и средствам массовой информации Архангельской области: Постановление Правительства Архангельской области № 224-ПП от 18 февраля 2009 г. // Волна. – 2009. – 31 декабря.

¹¹ Отчет о состоянии коррупции и реализации мер антикоррупционной политики в Альметьевском муниципальном районе в 2011 г. – Альметьевск, 2012. – С. 12.

тывая важность антикоррупционной пропаганды и повышение ее результативности, органами публичной власти Республики Татарстан проводятся конкурсы по информационному сопровождению вопросов противодействия коррупции, однако конкурсов на лучшее антикоррупционное рекламное произведение еще не производилось. Хотя, как показывает опыт других регионов Российской Федерации, такие конкурсы в некоторых из них проводятся регулярно, например, в Ростовской области [11].

Особенности антикоррупционной рекламы способствуют специфичности и ее основных функций. Эти функции во многом совпадают с функциями социальной рекламы [12, с. 34] и отражают специфику объекта рекламирования. Такими функциями антикоррупционной рекламы выступают: информационная, воспитательная, образовательная и экономическая. Информационная функция заключается в информировании населения о мерах противодействия коррупции, обозначении интересов государства и общества. Воспитательная функция антикоррупционной рекламы подразумевает формирование и корректировку общественного сознания, психологических установок и поведенческих моделей населения (формирование антикоррупционного сознания, антикоррупционного мировоззрения и антикоррупционного поведения). Образовательная функция антикоррупционной рекламы направлена на распространение антикоррупционных ценностей, просвещение населения по вопросам противодействия коррупции. Экономическая функция антикоррупционной рекламы заключается в том, что в перспективе рекламодатель может не столько получить прибыль, сколько снизить экономические издержки, связанные с коррупцией.

В качестве потребителей антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан выступает все население, хотя в отдельных случаях она направлена на конкретные категории населения: государственных и муниципальных служащих («я мзду не беру – мне за державу обидно»); учащихся образовательных учреждений («знания не купишь»); сотрудников сферы здравоохранения и образования («скажи коррупции нет»).

При том, что антикоррупционная реклама в Республике Татарстан широко используется органами публичной власти и институтами граж-

данского общества, участвующими в реализации республиканской антикоррупционной политики, до сих пор не поставлен вопрос об оценке качества и эффективности такой высокочатратной антикоррупционной деятельности. Появляется ряд важных и сложных вопросов по организации и проведению антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан, как, впрочем, и в других субъектах Российской Федерации. Во-первых, насколько эффективна антикоррупционная реклама как средство противодействия коррупции. Во-вторых, насколько соответствует правовое регулирование этого инструмента антикоррупционной политики его содержанию, важности и возможностям. В-третьих, какие меры необходимо принять рекламодателям для повышения эффективности антикоррупционной рекламы как информационного средства противодействия коррупции.

Как нам представляется, для разрешения этих вопросов в ближайшее время необходимо принять ряд важных организационно-управленческих и правовых мер как со стороны органов публичной власти Республики Татарстан, так и институтов гражданского общества. Во-первых, требуется закрепить в республиканских и муниципальных нормативных правовых актах правовую категорию «антикоррупционная реклама». Во-вторых, необходимо разработать критерии (качественные и количественные показатели) эффективности антикоррупционной рекламы. В-третьих, следует осуществить мониторинг эффективности антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан. В-четвертых, официально закрепить за Республиканским агентством по печати и массовым коммуникациям «Татмедиа» функцию организации антикоррупционной рекламы и контроля за антикоррупционной рекламой. Для этого требуется внесение соответствующих изменений и дополнений в Положение о нем. В-пятых, предложенные нами меры целесообразно использовать при подготовке очередной целевой комплексной республиканской антикоррупционной программы и закрепить их в ней в качестве одного из направлений. В-шестых, с правового закрепления антикоррупционной рекламы в региональных нормативных правовых актах как средства противодействия коррупции может начаться процесс ее институционализации

как самостоятельного инструмента региональной антикоррупционной политики.

Надеемся, что предложенные нами меры, направленные на совершенствование организации правового регулирования и использования антикоррупционной рекламы в Республике Татарстан позволят упорядочить этот вид профессиональной деятельности и повлиять на повышение результативности этого инструмента республиканской антикоррупционной политики.

Список литературы

1. Kamara By Alpha Bedoh. Stop tribal propaganda to stop corruption! // Africa Young Voices. – 2013. – 6 августа.
2. Горшенков Г. Н. Антикоррупционная пропаганда как инструмент противодействия коррупции: понятие и сущностное содержание // Следователь. – 2010. – № 10. – С. 32–38.
3. Горшенков Г. Н. Антикоррупционная пропаганда: понятие и содержание // Актуальные проблемы экономики и права. – 2010. – № 4 (16). – С. 39–46.
4. Кабанов П. А. Антикоррупционная пропаганда как инструмент противодействия коррупции в Республике Татарстан: вопросы совершенствования качества правового регулирования // Право и политика. – 2013. – № 9. – С. 1130–1138.
5. Кабанов П. А. Понятие и содержание антикоррупционной пропаганды как правовой категории в российском

региональном антикоррупционном законодательстве // Административное и муниципальное право. – 2013. – № 9. – С. 878–884.

6. Dai Ninghua. Exploration of Innovating Anti-corruption Propaganda Methods // Anti-corruption and Integrity Culture Studies. – 2012. – № 1. – Pp. 58–79.

7. Yjng CHEN. Systems Used to Improve the Scientific Level of Anti-corruption Propaganda and Education – Based on the System Construction of Anti-corruption Propaganda and Education in Nantong City // Anti-corruption and Integrity Culture Studies. – 2012. – № 1. – Pp. 81–86.

8. Zengtian ZHANG, Xingxing SU. Strategy for Anti-corruption Advertising in Hong Kong and its Enlightenment // Anti-corruption and Integrity Culture Studies. – 2010. – № 3. – Pp. 87–96.

9. Коррупция и антикоррупционная политика: терминологический словарь / И. И. Бикеев, А. Э. Бикмухаметов, П. А. Кабанов и др.; под общ. ред. Г. И. Райкова, П. А. Кабанова, Д. К. Чиркова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: МедиаПресс, 2010. – С. 36.

10. Баранова М. В. Право и реклама (общетеоретический аспект). – Н. Новгород: Нижегородская академия МВД России, 2010. – 796 с.

11. URL: http://kmparo.ru/news.php?sub=single&news_id=484

12. Баранова М. В. Право и реклама (общетеоретический аспект): автореф. дис. ... д-ра юрид. наук. – Н. Новгород, 2010. – С. 16.

В редакцию материал поступил 21.10.13

© Кабанов П. А., 2013

Информация об авторе

Кабанов Павел Александрович, доктор юридических наук, профессор кафедры уголовного права и процесса, директор НИИ противодействия коррупции, Институт экономики, управления и права (г. Казань)
Адрес: 420111, г. Казань, ул. Московская, 42, тел.: (843) 231-92-90
E-mail: kabanovp@mail.ru

Как цитировать статью: Кабанов П.А. Антикоррупционная реклама в Республике Татарстан как информационное средство противодействия коррупции: проблемы и перспективы // Актуальные проблемы экономики и права. – 2013. – № 4 (28). – С. 38–45.

P. A. KABANOV,

doctor of law, professor

Institute of Economics, Management and Law (Kazan), Russia

ANTI-CORRUPTION ADVERTISING IN TATARSTAN REPUBLIC

AS AN INFORMATIONAL MEANS OF CORRUPTION COUNTERACTION: ISSUES AND PERSPECTIVES

Objective: to attract attention of the anti-corruption policy subjects in Tatarstan Republic to the issue of using the anti-corruption advertising as a means of information support system of corruption counteraction policy.

Methods: comparative-legal, systemic and structural analysis of documents.

Results: the author's definition is suggested of anti-corruption advertising as a means of information impact on the Republic population in order to form the anti-corruption worldview and behavior. Structural analysis of anti-corruption advertising is carried out, its objectives, tasks and functions are explained, measures to increase its efficiency are proposed.

Scientific novelty: for the first time in the Russian science anti-corruption advertising is defined and its essence is revealed as a tool of corruption counteraction.

Practical value: measures of organizational-managerial and legal character are elaborated, aimed at increasing the anti-corruption advertising efficiency in the region.

Key words: anti-corruption advertising; corruption; advertising; corruption counteraction; anti-corruption policy; Tatarstan Republic.

References

1. Kamara By Alpha Bedoh. Stop tribal propaganda to stop corruption!, *Africa Young Voices*, 2013, 6 August.
2. Gorshenkov, G. N. Antikorruptsionnaya propaganda kak instrument protivodeistviya korruptsii: ponyatie i sushchnostnoe sodержanie (Anti-corruption propaganda as a tool for corruption counteraction: notion and essential content), *Sledovatel'*, 2010, No. 10, pp. 32–38.
3. Gorshenkov, G. N. Antikorruptsionnaya propaganda: ponyatie i sodержanie (Anti-corruption propaganda: notion and content), *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava*, 2010, No. 4(16), pp. 39–46.
4. Kabanov, P. A. Antikorruptsionnaya propaganda kak instrument protivodeistviya korruptsii v Respublike Tatarstan: voprosy sovershenstvovaniya kachestva pravovogo regulirovaniya (Anticorruption propaganda as a tool for corruption counteraction in Tatarstan Republic: issues of improving the quality of legal regulation), *Pravo i politika*, 2013, No. 9, pp. 1130–1138.
5. Kabanov, P. A. Ponyatie i sodержanie antikorruptsionnoi propagandy kak pravovoi kategorii v rossiiskom regional'nom antikorruptsionnom zakonodatel'stve (Notion and content of anti-corruption propaganda as a legal category in the Russian regional anticorruption legislation), *Administrativnoe i munitsipal'noe pravo*, 2013, No. 9, pp. 878–884.
6. Dai, Ninghua. Exploration of Innovating Anti-corruption Propaganda Methods, *Anticorruption and Integrity Culture Studies*, 2012, No. 1, pp. 58–79.
7. Yjng, Chen. Systems Used to Improve the Scientific Level of Anti-corruption Propaganda and Education – Based on the System Construction of Anti-corruption Propaganda and Education in Nantong City, *Anticorruption and Integrity Culture Studies*, 2012, No. 1, pp. 81–86.
8. Zengtian, Zhang, Xingxing, Su. Strategy for Anti-corruption Advertising in Hong Kong and its Enlightenment, *Anticorruption and Integrity Culture Studies*, 2010, No. 3, pp. 87–96.
9. *Korruptsiya i antikorruptsionnaya politika: terminologicheskii slovar'*, I. I. Bikeev, A. E. Bikmukhametov, P. A. Kabanov i dr. (Corruption and anticorruption policy: glossary of terminology) Moscow: MediaPress, 2010, p. 36.
10. Baranova, M. V. *Pravo i reklama (obshcheteoreticheskii aspekt)* (Law and advertising (general theoretical aspect)). Nizhnii Novgorod: Nizhegorodskaya akademiya MVD Rossii, 2010, 796 p.
11. URL: http://kmparo.ru/news.php?sub=single&news_id=484
12. Baranova, M. V. *Pravo i reklama (obshcheteoreticheskii aspekt)* (Law and advertising (general theoretical aspect)). Nizhnii Novgorod, 2010, p. 16.

Information about the author

Kabanov Pavel Aleksandrovich, doctor of law, professor of the chair of criminal law and procedure, director of scientific-research institute for corruption counteraction, Institute of Economics, Management and Law (Kazan)

Address: 42 Moskovskaya Str., 420111, Kazan, tel.: (843) 231-92-90

E-mail: kabanovp@mail.ru

How to cite the article: Kabanov P. A. Anticorruption advertising in Tatarstan Republic as an informational means of corruption counteraction: issues and perspectives, *Aktual'nye problemy ekonomiki i prava*, 2013, No. 4 (28), pp. 38–45.