



УДК 342.9



Антон Александрович ВОРОНОВ,
оперуполномоченный УФСКН России
по Калужской области

ОБ ОПЫТЕ РАБОТЫ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ И ПРЕСЕЧЕНИЮ ПРАВОНАРУШЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ПРОПАГАНДОЙ И НЕЗАКОННОЙ РЕКЛАМОЙ НАРКОТИКОВ

ABOUT EXPERIENCE IN REVEALING AND SUPPRESSION OF OFFENCES CONNECTED WITH PROPAGANDA AND ILLEGAL ADVERTISING OF DRUGS

Статья посвящена вопросам выявления и пресечения правонарушений, связанных с пропагандой и незаконной рекламой наркотиков, освещены некоторые аспекты административного производства по данной категории правонарушений.

The article is devoted to the problems of revealing and suppression of offences connected with propaganda and illegal advertising of drugs. The author illustrates some aspects of administrative proceedings on this group of offences.

Ключевые слова: пропаганда наркотиков, незаконная реклама наркотиков, пресечение правонарушений.

Keywords: drug propaganda, illegal drug advertising, suppression of offences.

Говоря о профилактике наркомании, мы имеем в виду необходимость формирования у человека, начиная с детского возраста, устойчивого мировоззрения, отражающего систему истинных, а не мнимых ценностей, и понимания своего места в обществе.

В.П. Иванов, директор Федеральной службы Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков

Одним из важнейших направлений работы по противодействию наркомании в информационной среде является выявление и пресечение правонарушений, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ. Управлением ФСКН России по Калужской области накоплен значительный опыт работы в этой сфере, который может быть использован в аналогичной работе других регионов.

Изучая проблемы построения грамотной и эффективной профилактической

антинаркотической работы, нередко приходится сталкиваться с тем фактом, что многие люди, особенно молодежь, не воспринимают наркоманию как болезнь, имеющую течение, прогноз и необратимые последствия. Несмотря на то что в МКБ-10 (международная классификация болезней) проблеме зависимости отведен целый раздел, а информация об опасности употребления наркотиков регулярно доносится до населения, значительная часть усилий субъектов наркопрофилакти-



тики, направленных на построение негативного отношения к наркопотреблению в обществе, пропадают впустую. Причиной этого в значительной степени является противоположная профилактике деятельность – пропаганда и незаконная реклама наркотиков.

Разумеется, деятельность эта незаконна: пропаганда прямо запрещена (ст. 46 Федерального закона от 8 января 1998 г. №3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах»), а реклама ограничена до специализированных печатных изданий (ст. 6.13 КоАП РФ). Более того, законодатель с 2011 г. расширил предмет единственной статьи, содержащей санкцию за пропаганду и незаконную рекламу наркотиков (ст. 6.13 КоАП РФ), чем существенно облегчил факт доказывания этого правонарушения в суде. Теперь наказывается реклама не только наркотиков, психотропных веществ и их прекурсоров, то есть веществ, внесенных в список, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2006 г. №76, но и растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, а также в несколько раз возросли штрафы за правонарушение, предусмотренное ст. 6.13 КоАП РФ.

Противодействие пропаганде и незаконной рекламе наркотиков предусмотрено в качестве одной из основных задач по снижению спроса на наркотики в Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 г.¹

В соответствии со ст. 2 Федерального закона «О рекламе»² рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его про-

движение на рынке. Соответственно, рекламой наркотиков будет любая распространяемая информация о конкретном наркотическом веществе, растении, содержащем наркотические вещества или его части.

Определения пропаганды наркотиков в законодательстве нет. В ст. 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» перечислены виды деятельности, на которые направлена такая пропаганда: распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, местах их приобретения, способах и местах культивирования наркосодержащих растений, а также производство и распространение книжной продукции, продукции средств массовой информации, распространение указанных сведений посредством использования информационно-телекоммуникационных сетей или совершение иных действий в этих целях. Ближайшее по смыслу определение, встречающееся в законодательстве, – пропаганда преступлений, то есть «распространение информации, направленной на формирование в сознании детей установок преступного поведения, в том числе информации, содержащей призывы к совершению уголовно наказуемых деяний или инструкции о способах подготовки, совершения, сокрытия преступлений, уклонения от уголовной ответственности, либо обосновывающей или оправдывающей их допустимость, либо романтизирующей преступный образ жизни...»³.

Однако необходимо иметь в виду, что по данной категории дел в любом случае необходимо проводить экспертизу.

Пожалуй, наилучший способ показать, как проявляются пропаганда и незаконная реклама наркотиков на практике и одновременно обозначить проблемы их выявления, пресечения и привлечения к ответственности виновных лиц, – это привести примеры конкретных правонарушений.



С 2007 г. по 2011 г. на территории Калужской области была выявлены продажа товаров, содержащих пропаганду наркотиков:

– настойка «Конопляная» и пиво с добавлением цветов конопли;

– предметы одежды (футболки, напульсники, кепки и головные повязки) с изображением листьев конопли и надписями, содержащими пропаганду и незаконную рекламу наркотиков на английском языке, к примеру: «Marijuana», «Just Try» («просто попробуй»), «God made grass – man made booze» («Бог создал траву – человек создал наркотик»), «Fresh air quality» («воздух высшего качества») и др.;

– предметы бижутерии и сувенирная продукция с аналогичными изображениями и надписями: значки, серьги, кулоны, брелоки, шнуры и чехлы для сотовых телефонов, зажигалки, кошельки;

– полиграфическая продукция: наклейки для автомобилей, аппликации для футболок;

– ароматические палочки «Cannabis» (более 5 фактов);

– сборники фильмов «Растаман», «Наркота» и отдельные фильмы на DVD.

Обнаружение признаков пропаганды или незаконной рекламы наркотиков является достаточным поводом для применения мер обеспечения производства по делу об административном правонарушении (ст. 27.1 КоАП РФ). По данной категории правонарушений такими мерами чаще всего являются осмотр принадлежащих юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю помещений, территорий, находящихся там вещей и документов и изъятие предметов, содержащих пропаганду и рекламу наркотиков (такие предметы целесообразнее всего изымать после предварительных устных консультаций со специалистом, к которому он попадет на экспертизу). Указанные мероприятия оформляются протоколом осмотра помещений и территорий, принадлежащих юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю, в присутствии понятых. В

целях получения дополнительных доказательств по делу рекомендуется в процессе осмотра и изъятия осуществлять фото- и видеосъемку, а также аудиозапись. У продавца, владельца торговой точки, понятых берутся объяснения о происхождении и стоимости товара, значении изображений, предположительно содержащих пропаганду и рекламу наркотиков, других необходимых сведениях.

Все изъятые Управлением ФСКН России по Калужской области товары, содержащие признаки пропаганды и незаконной рекламы наркотиков, направляются на психологическую экспертизу, предпочтение которой отдается в связи с ее универсальностью – психолог способен характеризовать как надписи и изображения, так и действия лиц, распространяющих изъятые товары. Минусы экспертизы состоят в том, что психологические факты в практике различных специалистов могут иметь различные трактовки и быть оспорены в суде либо быть слишком расплывчатыми, чтобы составить костяк судебного решения. Разумеется, по делам данной категории возможны и другие экспертизы: лингвистическая – при наличии надписей, ботаническая – при необходимости определения изображенного растения или его частей и другие.

Проблемы по доказательству объективной стороны правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП РФ, возникают нечасто, заключения эксперта для суда обычно достаточно. Основные проблемы при рассмотрении дел данной категории в суде возникают при доказательстве субъективной стороны правонарушения – вины правонарушителя.

Опыт Управления ФСКН России по Калужской области свидетельствует, что около 30% дел, связанных с продажей товаров с изображениями, содержащими пропаганду и незаконную рекламу наркотиков (без надписей), в 2007–2010 гг. прекращались в суде в связи с отсутствием состава правонарушения, а именно умысла правонарушителя. Картина следующая: индивидуальный предприниматель



в суде сообщает, что понятия не имел о наличии пропаганды и незаконной рекламы наркотиков на изъятом у него товаре, он ведь не специалист в сфере борьбы с наркоманией, а значки продавал исключительно в целях получения прибыли. Умысла, соответственно, суд не усматривает, состава административного правонарушения тоже. А то, что, скорее всего, индивидуальный предприниматель знал о реальном значении изображения «пальчато-рассеченного листа растения зеленого цвета», но допускал его распространение (косвенный умысел), трудно доказуемо. Обычно такое «оправдание» возможно только при отсутствии на товаре надписей.

Частично облегчила ситуацию публикация постановления Верховного Суда РФ по делу №31-АД09-З⁴, в котором прямо указано: продажа товара с изображением листьев конопли влечет административную ответственность, предусмотренную ст. 6.13 КоАП РФ.

В целях установления и фиксации умысла лица для использования при доказывании состава правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП РФ, предлагается:

- перед изъятием товара в присутствии понятых задать продавцу вопросы о продаваемом товаре, ответы на которые позволят судить, знал ли он о значении изображений на товаре, содержащих рекламу наркотиков, и после изъятия брать у понятых объяснения;

- производить видеосъемку (аудиозапись) изъятия товаров, содержащих пропаганду или рекламу наркотиков с целью фиксации отдельных фраз продавца, позволяющих установить его осведомленность о наличии пропаганды и незаконной рекламы наркотиков на предлагаемом товаре;

- производить изъятие товара после письменного предупреждения об ответственности по ст. 6.13 КоАП РФ и непринятия мер к устранению нарушений.

Среди изъятых в 2010–2011 гг. товаров, содержащих пропаганду и неза-

конную рекламу наркотиков, особую сложность представляли видеофильмы. Так, Управлением ФСКН России по Калужской области в одном из видеопрокатов были изъяты диски с фильмами «Кокаин», «Травка», «На игле», «Высший пилотаж», «Мозги набекрень». После психологического анализа и выдачи заключения экспертом было установлено, что пропаганду и рекламу наркотиков содержат два из них: «На игле» («Trainspotting», режиссер Дэнни Бойл, 1996 г.) и «Высший пилотаж» («Spun», Йонас Акерлунд, 2002 г.). Однако после рассмотрения административного материала в суде индивидуальный предприниматель, осуществлявший прокат этих фильмов, был освобожден от ответственности, поскольку оба фильма были введены в гражданский оборот легально: прошли регистрацию в Министерстве культуры Российской Федерации и получили прокатные удостоверения. А так как в Руководстве по возрастной классификации аудиовизуальных произведений Федерального агентства по культуре и кинематографии⁵ имеется положение о том, что не подлежат классификации фильмы со сценами, содержащими детализированные инструкции или поощрения к злоупотреблению наркотическими веществами, суд поставил под сомнение заключение эксперта.

Вероятно, работу в данном направлении следует осуществлять не путем изъятия таких фильмов, а путем воздействия на органы, осуществляющие регулирование в данной сфере, прежде всего Министерство культуры Российской Федерации, которое разрешает продажу и прокат подобных произведений.

Еще один интересный факт – в 2010 г. в эфире одной из Калужских телерадиокомпаний, посвященных музыке «молодежной» направленности, транслировались песни с пронаркотическими текстами: «Самара-городок» музыкального коллектива «Монгол Шуудан» и «Иду курю» группы «Ноль», причем та же телерадиокомпания на постоянной основе принимает



участие в освещении работы органов наркоконтроля по противодействию наркомании и профилактических мероприятий. Трансляция указанных песен была прекращена после предупреждения, но сам факт говорит о том, что лица, ответственные за формирование эфира радиостанции, не осознают необходимости фильтровать пропаганду и рекламу наркотиков. Аналогичное отношение часто встречается у индивидуальных предпринимателей и торговых организаций, осуществляющих продажу товара с пронаркотической символикой. Все это свидетельствует о невысоком уровне правовой культуры населения в сфере пропаганды и рекламы наркотиков и необходимости повышения эффективности работы по формированию нетерпимости общества к ней.

1 Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года : утв. Указом Президента РФ от 09.06.2010 №690, п.25.

2 О рекламе : Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ.

3 Модельный закон о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию : принят в г. Санкт-Петербурге 03.12.2009 постановлением 33-15 на 33 пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ.

4 Обзор законодательства и судебной практики Верховного Суда Российской Федерации за 2 квартал 2009 г.

5 Об утверждении Руководства по возрастной классификации аудиовизуальных произведений, положения и состава экспертного совета по возрастной классификации аудиовизуальных произведений : приказ Роскультуры от 15.03.2005 №112.

ПРИМЕРЫ ИЗОБРАЖЕНИЙ И ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ПРИЗНАНЫ ПРОПАГАНДОЙ ИЛИ НЕЗАКОННОЙ РЕКЛАМОЙ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ



Значки, зажигалки, сувенирная продукция, бижутерия с изображением листьев конопли и надписями пропагандистского содержания



Предметы одежды с изображением листьев конопли и надписями



Алкогольная продукция с изображениями листьев конопли



Полиграфическая продукция с изображениями листьев конопли



Фильмы, содержащие пропаганду и незаконную рекламу наркотиков