



УДК 342.9



Андрей Юрьевич ИВАНОВ,

доцент кафедры административного права Сибирского
юридического института ФСКН России (г. Красноярск),
кандидат философских наук, доцент

andrew-zul@yandex.ru

ПОНЯТИЕ, ОСНОВАНИЯ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРОПАГАНДУ И РЕКЛАМУ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

CONCEPT, GROUNDS FOR ADMINISTRATIVE RESPONSIBILITY FOR THE PROPAGANDA AND ADVERTISEMENT OF NARCOTICS

Рассматриваются особенности применения законодательства об административных правонарушениях за пропаганду и рекламу наркотических средств, предложены ряд изменений некоторых нормативных актов.

The article considers the peculiarities of application of the legislation on administrative offenses for the propaganda and advertisement of narcotics. A number of amendments to some normative acts is proposed by the author.

Ключевые слова: административная ответственность, пропаганда и реклама наркотических средств, растений, содержащих наркотические средства, ограничение доступа к сайтам сети Интернет, органы по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ.

Keywords: administrative responsibility, propaganda and advertisement of narcotics, plants containing narcotic drugs, limitation on access to sites on the Internet, drug control agencies.

В соответствии с п. 83 ч. 2 ст. 28.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) должностные лица органов по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ уполномочены составлять протоколы по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ. Статьей 6.13 КоАП РФ предусматривается ответственность за пропаганду либо незаконную рекламу наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры (далее – пропаганда или реклама наркотических средств).

Выявление сотрудниками органов наркоконтроля информации, содержащей признаки пропаганды или рекламы наркотических средств, неизбежно сопровождается решением следующих вопросов.

Во-первых, что следует понимать под пропагандой наркотических средств? Из содержания ст. 46 Федерального закона от 8 января 1998 г. №3-ФЗ "О наркотических средствах и психотропных веществах" следует, что для установления факта пропаганды наркотических средств, за которую ст. 6.13 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность, требуется, чтобы действия правонарушителя были направлены на распространение сведений:

– о способах, методах разработки, изготовления и использования наркотических средств;



– о местах приобретения наркотических средств;

– о способах и местах культивирования наркосодержащих растений;

– о преимуществах в использовании отдельных наркотических средств.

Не является административным правонарушением распространение в специализированных изданиях, рассчитанных на медицинских и фармацевтических работников, сведений о разрешенных к применению в медицинских целях наркотических средствах, психотропных веществах и их прекурсорах.

Указанное позволяет сделать выводы, что такие действия, как ношение в общественных местах одежды с изображением наркосодержащего растения, демонстрация одежды, на которой указано наименование наркотического средства, не являются пропагандой наркотических средств, так как они не направлены на распространение сведений, указанных в ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах". При этом надо понимать, что публичная демонстрация изображений наркосодержащих растений, их наименований на каких-либо материальных носителях (например, одежде, сумке, плакате и т.д.) может привлекать внимание к образу жизни, связанному с потреблением наркотических средств. [5]

Законодательные признаки пропаганды наркотических средств, указанные в ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах", необходимо корректировать, так как действующая редакция не позволяет в полной мере применять административную ответственность за указанные выше действия, а также демонстрацию в средствах массовой информации жизни наркомана на примере интервью с участием лиц, ранее употреблявших длительное время наркотические средства. Такая демонстрация может сопровождаться и видеороликами, содержащими информацию о том, что можно быть наркоманом и одновременно успешным гражданином общества, о некоторых особенностях приготовления наркотичес-

ких средств, пусть даже и не раскрывающих подробно информацию о технологии приготовления наркотиков, и др. Подобная демонстрация может способствовать популяризации употребления наркотических средств, формированию субкультуры, связанной с потреблением наркотических средств, однако указанные действия не содержат признаков пропаганды, предусмотренных в ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах", следовательно, требования органов наркоконтроля о недопустимости демонстрации указанной информации будут являться недостаточно обоснованными.

На некорректность законодательного определения пропаганды наркотических средств неоднократно обращалось внимание в методических рекомендациях по применению законодательства об административных правонарушениях территориальных органов наркоконтроля (например, методические рекомендации Управлений ФСКН России по Чувашской Республике, Республике Татарстан, Свердловской, Амурской, Новосибирской, Саратовской, Тамбовской, Кемеровской областям, Красноярскому краю).

На неоднозначность понятия "пропаганда" указывается в определении Верховного Суда Российской Федерации от 7 ноября 2012 г. №87-АПГ12-2, в котором делается ссылка на ст. 3 Модельного закона о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, принятого на 33-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (постановление от 3 декабря 2009 г. №33-15), где под пропагандой понимается деятельность физических и (или) юридических лиц по распространению информации, направленной на формирование в сознании установок и (или) стереотипов поведения либо имеющей цель побудить или побуждающей лиц, которым она адресована, к совершению каких-либо действий или к воздержанию от их совершения. [2]

В целях расширения границ применения ст. 6.13 КоАП РФ целесообразным



может являться решение вопроса о законодательном определении пропаганды наркотических средств, которое не ограничивалось бы признаками, указанными в ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах".

Статьей 6.13 КоАП РФ предусматривается ответственность не только за пропаганду наркотических средств, но также и за их незаконную рекламу. В связи с этим возникает второй вопрос: что следует понимать под рекламой наркотических средств?

Анализируя правоприменительную деятельность органов наркоконтроля, можно отметить, что к наиболее распространенным примерам ст. 6.13 КоАП РФ относятся случаи рекламы наркотических средств при продаже товаров (футболки, кепки, пепельницы, эмблемы, кулоны, ремни, пряжки, чехлы для телефонов, сумки, сувениры и т.д.), в том числе через сайты в сети Интернет с изображениями наркосодержащих растений (например, листья конопли) или одновременно с указанным изображением и надписями, а также с надписями без изображения: "Cannabis" (в переводе с английского – конопля, марихуана), "Cannabis fan club" (в переводе с английского – клуб любителей конопли, марихуаны), "Опиум", "Героин" и т.д. Согласно ст. 7 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ "О рекламе" недопустима реклама наркотических средств, то есть реклама наркотических средств является также запрещенной информацией, как и их пропаганда. Так, по итогам первого полугодия 2014 г., на территории Российской Федерации были выявлены всего 115 административных правонарушений, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, из них 109 – органами наркоконтроля, остальные – органами внутренних дел. [3]

Таким образом, реклама наркотических средств может выступать самостоятельным административным правонарушением, предусмотренным ст. 6.13 КоАП РФ, но не содержащим признаков пропаганды наркотических средств. Пропаганда может содержать признаки рекламы, так как сведе-

ния о методах изготовления, использования и местах приобретения наркотических средств в то же время формируют и поддерживают интерес к ним и в конечном итоге способствуют их реализации.

Судебная практика идет по пути признания случаев продажи одежды и сувениров с изображениями наркосодержащих растений, с надписями в стиле "Дух конопли" и т.п. незаконной рекламой наркотических средств, что, в частности, нашло отражение в постановлениях Верховного Суда Российской Федерации: от 10 июля 2009 г. №16-АД09-3 (дело о реализации DVD дисков "Укурыши" с изображением листа конопли); от 26 июня 2009 г. №31-АД09-3 (дело о продаже пряжек с изображением листьев растения конопли). В указанных постановлениях, а также в обзорах законодательства и судебной практики Верховного Суда Российской Федерации (за второй квартал 2009 г.) изображения на товарах (например, сувенирах) признаются рекламой наркотического средства. [1]

По нашему мнению, с учетом действующей редакции ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах" указанные выводы являются как минимум дискуссионными по следующим причинам.

Во-первых, согласно ст. 3 Федерального закона "О рекламе" под рекламой понимается "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 продвижение на рынке". В определении речь идет именно о товаре, то есть объекте рекламирования, к которому относятся сувениры и иные вещи с изображением наркосодержащих растений (например, листьев конопли) и соответствующими надписями, однако производителем указываются цели не рекламы наркотических средств, а реализации товара, на котором они указаны, путем придания ему оригинального дизайна. Следовательно, если умысел направлен толь-



ко на продажу товаров с изображением наркосодержащих растений (например, листьев конопли), то по общим правилам такие действия не должны образовывать состав административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП РФ, так как не являются рекламой наркотических средств.

Во-вторых, рекламой наркотических средств следует признавать умышленные действия, направленные на распространение информации любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованные неопределенному кругу лиц и привлекающие внимание не к сувениру или одежде, а к конкретным наркотическим средствам, наркосодержащим растениям и т.п. Производитель, указывая на каких-либо товарах изображения наркосодержащих растений, пытается сделать привлекательной свою продукцию, при этом может и не иметь умысла на рекламу наркотических средств, наркосодержащих растений, также и действия продавца могут быть направлены не на рекламу наркотических средств, а на рекламу товаров с целью их продажи.

В качестве примера следует отметить постановление судьи Московского районного суда г. Чебоксары, которым производство по делу об административном правонарушении, предусмотренном ст. 6.13 КоАП РФ, прекращено в связи с отсутствием состава правонарушения. Лицо, в отношении которого осуществлялось производство, заявило, что никогда не видело растения конопли и добросовестно считало, что на изъятых пряжках ремней, подвеске с кулоном и брелоке изображены листья клена. Поскольку в материалах дела отсутствовали доказательства виновности лица, в отношении которого осуществлялось производство, в том, что оно распространяет информацию о наркотических средствах, судьей было принято решение о прекращении производства согласно п. 2 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ. [4]

Так как привлекаемые по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, специа-

листы формулируют выводы о том, что демонстрируемые изображения наркосодержащих растений, а также соответствующие надписи способствуют формированию или поддержанию интереса к наркотическим средствам, необходимо предусмотреть соответствующие изменения в Федеральном законе "О наркотических средствах и психотропных веществах".

В целях снижения интереса к наркотическим средствам, наркосодержащим растениям, образу жизни, связанному с их употреблением, а также в целях формирования надежной правовой базы, позволяющей выработать единообразные подходы в правоприменительной деятельности органов наркоконтроля, целесообразно предусмотреть следующие изменения в нормативных правовых актах.

1. В ст. 1 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах" добавить следующее: "Пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров – распространение идеи привлекательности: 1) образа жизни, связанного с употреблением наркотических средств и психотропных веществ и их прекурсоров, 2) наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, 3) культивирования наркосодержащих растений".

2. Часть 1 ст. 46 Федерального закона "О наркотических средствах и психотропных веществах" изложить в следующей редакции: "1. Пропаганда наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, культивирования наркосодержащих растений, осуществляемая юридическими или физическими лицами, запрещается".

Реализация указанных предложений позволит органам наркоконтроля эффективнее осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, в том числе и по фактам, связанным:

– с использованием и (или) имитацией изображений наркосодержащих растений и иной информации, способствующей формированию или поддержанию интереса к



приобретению и (или) потреблению наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, наркосодержащих растений (включая демонстрацию информации о наркотических средствах на одежде);

– с демонстрацией наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, а также процесса их потребления в аудиовизуальных произведениях, включая теле- и видеофильмы, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах, а также публичное исполнение, сообщение в эфир, по кабелю и любое другое использование указанных произведений, представлений, программ.

Следует отметить, что обязательным условием применения мер административной ответственности, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, является получение заключения от соответствующего эксперта, что в деятельности органов наркоконтроля вызывает существенные трудности. Однако в судебной практике при решении вопроса о привлечении виновного к административной ответственности по ст. 6.13 КоАП РФ используются и письма соответствующих специалистов. Так, в постановлении Верховного Суда Российской Федерации от 26 июня 2009 г. №31-АД09-3 факт совершения административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП РФ, подтверждается не только про-

токолом об административном правонарушении, рапортом сотрудника Управления ФСКН России по Чувашской Республике, протоколом осмотра, объяснениями свидетелей, но и письмом сотрудника кафедры растение-водства Чувашской государственной сельскохозяйственной академии, которые были оценены судьей в совокупности по правилам ст. 26.11 КоАП РФ.

3. Пункт "б" ч. 5 ст. 15.1 Федерального закона от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" изложить в следующей редакции: "б) информации о наркотических средствах, психотропных веществах и их прекурсорах, растениях, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частях, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, которая запрещена федеральными законами". Указанное предложение позволит эффективней противодействовать распространению пропаганды и рекламы наркотических средств в сети Интернет, так как в ч. 5 ст. 15.1 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" указываются основания для ограничения доступа к информационным ресурсам сети Интернет как ресурсам, содержащим запрещенную информацию. В настоящее время процедура ограничения доступа к информационным ресурсам сети Интернет может применяться за отдельные элементы пропаганды наркотических средств, в иных случаях требуется решение суда.



Библиографический список

1. Иванов, А.Ю. Об административной ответственности за пропаганду наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров / А.Ю. Иванов // Актуальные проблемы профилактики наркомании и противодействия правонарушениям в сфере легального и незаконного оборота наркотиков : материалы XV международной научно-практической конференции : в 2 ч. / отв. ред. Д.Д. Невирко; СибЮИ ФСКН России. – Красноярск: СибЮИ ФСКН России, 2012. – Ч. 2. – С. 293-297.
2. Иванов, А.Ю. О законодательных определениях пропаганды и незаконной рекламы наркотических средств и психотропных веществ / А.Ю. Иванов // Актуальные проблемы профилактики наркомании и противодействия правонарушениям в сфере легального и незаконного оборота наркотиков : материалы XVI международной научно-практической конференции : в 2 ч. / отв. ред. И.А. Медведев; СибЮИ ФСКН России. – Красноярск: СибЮИ ФСКН России, 2013.– Ч. 2. – С. 163-168.
3. Обзор административной практики в сфере незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ за 1 полугодие 2014 года / ФСКН России. – М., 2014.
4. Цуканов, Н.Н. О порядке исчисления сроков в производстве по делам об административных правонарушениях / Н.Н. Цуканов // Административное право и процесс. – 2010 – №3. – С. 23-26.
5. Цуканов, Н.Н. О принципе публичности в производстве по делам об административных правонарушениях / Н.Н. Цуканов // Административное право и процесс. – 2008 – №4. – С. 7-10.