

О.А. Головина,

кандидат юридических наук
Управление ФСКН России
по Ульяновской области

А.П. Липатова,

кандидат филологических наук
Управление ФСКН России
по Ульяновской области

НАРКОТИЧЕСКАЯ СУБКУЛЬТУРА И МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПРАВОНАРУШЕНИЯМ В СФЕРЕ ЛЕГАЛЬНОГО И НЕЗАКОННОГО ОБОРОТА НАРКОТИКОВ

В последнее время все чаще и чаще говорят о существовании феномена «наркотической», «наркогенной» субкультуры¹. Субкультура всегда возникает как некая оппозиция массовой культуре: если, с точки зрения, большинства обывателей, наркотики оцениваются негативно, то, с точки зрения тех, кто является носителем наркоманской картины мира, наркотики возведены в культ. С одной стороны, массовый рост наркотизации способствует дальнейшему развитию и обогащению содержания наркотической субкультуры, с другой стороны, наркотическая субкультура является своего рода фундаментом для распространения и «популяризации» культа наркотиков.

Напомним, что в культурологии под «субкультурой» понимается часть общественной культуры, свод накопленных определенным мировоззрением ценностей и порядков группы людей, объединенных специфическими интересами, определяющими их мировоззрение. Носителем субкультуры является некая (социальная) группа, имеющая определенные культурные признаки, которые отличают ее от других общностей. Субкультура – это всегда культура части населения, определяющий признак может быть самым различным – возраст, этническая принадлежность и даже пол, но когда речь идет о субкультуре наркоманской, определяющим признаком принадлежности к ней оказывается позитивное отношение к наркотикам. Это не может не настораживать и не может не порождать активных действий по борьбе с «культурой» такого рода.

По мнению исследователей, о субкультуре можно говорить, если у направления сформированы следующие признаки: знание (картина мира в узком смысле); ценности; стиль и образ жизни; социальные институты как системы норм; процедурное знание (навыки, умения, способы осуществления, методы); потребности и склонности.

Успешная антинаркотическая политика должна быть направлена на развенчание всех составляющих наркотической субкультуры. Большую роль в этой работе играет деятельность по пресечению пропаганды и рекламы наркотиков.

Регулирует эту сферу административное законодательство Российской Федерации (статья 6.13 КоАП РФ «Пропаганда 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).

Пропагандой наркотических средств признается деятельность физических или юридических лиц, направленная на распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, а также производство и распространение книжной продукции, продукции средств массовой информации, распространение в компьютерных сетях указанных сведений или совершение иных действий в этих целях.²

Российским законодательством введено ограничение и на рекламу аптечно-лекарственных препаратов, содержащих наркотические и психотропные вещества. Несмотря на это, «аптечно-лекарственная» наркомания является актуальной проблемой на сегодняшний день. Наркопотребители с целью доведения себя до состояния одурманивания, отчасти заменяющее наркотическое опьянение, в качестве заменителей наркотических средств и психотропных веществ используют лекарственные препараты, содержащие в своем составе компонент «прегабалин» («Альгерика», «Лирика», «Прегабалин-Рихтер»). По данным Министерства здравоохранения области, количество реализованных лекарственных препаратов данной группы выросло за последние 2,5 года в 10 раз.

Негативное влияние на сложившуюся ситуацию оказывает доступность для приобретения лекарственных препаратов, широкое распространение информации о способах потребления и одурманивающих свойствах препаратов, в том числе в сети Интернет, отсутствие либо недостаточность мер административной ответственности в отношении потребителей и лиц, участвующих в обороте лекарственных препаратов.

Помимо открытой рекламы запрещенных препаратов (каталоги «лучших» сортов конопли), помимо пропаганды лекарственных препаратов, оказывающих не наркотический, но одурманивающий эффект (то есть препаратов, рекламирование которых формально пока не запрещено в Российской Федерации), существует еще скрытая реклама и пропаганда наркотиков, формально не имеющая признаков пропаганды, определенных в законе. Речь идет о пропаганде «ценностей» так называемой наркотической субкультуры, о пропаганде особой картины мира, «наркоманского» стиля и образа жизни. Опасность такой пропаганды заключается в том, что она, формально не являясь незаконной, направлена на формирование «наркоманского» образа мысли у ее потребителей. Потребителями такой продукции, как правило, всегда являются молодежь, то есть те, у кого не сформирована адекватная модель реагирования на подобный тип манипуляции.

Результат такой пропаганды всегда одинаков: в среде подростков «околонаркотическая» тема оценивается позитивно, воспринимается как то, что модно, весело, «прикольно». Все это вызывает интерес и желание попробовать наркотик у потребителей, способствовать установлению связи между положительными эмоциями и употреблением наркотического средства, формирует терпимое отношение к употреблению наркотиков среди молодежи.

С ростом такой скрытой пропаганды наркотической субкультуры (это наблюдалось, например, в 90-е гг. прошлого столетия) всегда растет число наркозависимых. Опасность такой рекламы в том, что она способна приобретать самые разнообразные и, подчас безобидные, формы.

На сегодняшний день модным принтом является изображение листа растения, похожего на коноплю, на разных элементах одежды (на футболках, головных уборах, на аксессуарах). Сотрудниками УФСКН России по Ульяновской области в магазине «MODIS» сети ЗАО «Одежда 3000» были изъяты головные убо-

ры с изображением растения, похожего на лист конопли. По заключению ботанической экспертизы ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия им. П.А. Столыпина» на шапке имеется орнамент листа светлого цвета, имеющего сходство с листом растения конопли. Согласно заключению врачей психиатров-наркологов ГКУЗ «УОКНБ», рисунок на головном уборе является носителем пропаганды каннабиса и может указывать на призыв к легализации данного вида наркотика и, безусловно, оказывает воздействие на восприятие окружающих; является провоцирующим фактором, вызывающим интерес к ощущениям, связанным с употреблением марихуаны.

Нередко изображение сопровождается текстом. У индивидуального предпринимателя Мукальянц Т.И. были изъяты сувениры-магниты с изображением листа конопли со специфическим текстом «Плакала береза, плакала осина. Только конопля ржала как скотина». Реклама посредством недорогих сувениров-магнитов, продающихся в обычном магазине, легкодоступна, тиражируема, навязчива. Подобные сувениры ориентированы на определенную группу потребителей – на молодежь. Об этом же свидетельствует и сам текст, размещенный на магнитах. «Плакала береза, плакала осина...» – это начало песни, популярной в молодежной среде. Помимо этого магниты явно ориентированы на культуру «посвященных», на наркоманскую субкультуру, поскольку не всем известно, почему «конопля ржала как скотина». Текст, размещенный на магните, обладает яркой образностью. Стихотворная форма, легко ложающаяся на попсовый мотив, способствует запоминаемости текста. Приемы, используемые в тексте на магните, незамысловаты. Стихотворение построено на легко считываемом противопоставлении «плакавших березы и рябины» и «ржущей конопли». Такие сувениры-магниты формируют терпимое отношение к употреблению наркотиков.

Активно ценности наркотической субкультуры пропагандируются в сети «Интернет». Но при документировании административного правонарушения в сети «Интернет» возникает проблема: порой бывает сложно установить IP-адрес фигуранта и местонахождение стационарного компьютера, с которого он выходит в сеть.

Мы считаем, что эффективное противодействие росту наркомании и незаконному обороту наркотиков возможно лишь при своевременной оптимизации законодательства в указанной сфе-

ре. Очевидно, что должны быть выработаны более жесткие рамки, которые обеспечат защиту общества от рекламы, пропагандирующей наркотические средства и психотропные вещества. Практически любое упоминание наркотиков (если только оно не осуществлено в специализированной литературе) является пропагандой наркотической субкультуры, следовательно, может оказаться склонением к их употреблению, поскольку возбуждает у человека позитивное эмоциональное отношение к наркотическим средствам и психотропным веществам.

Предлагаем на законодательном уровне криминализовать ответственность за рекламу и пропаганду наркотиков, если данные действия совершены в общественных местах, в СМИ, в сети Интернет, в яркой запоминающейся форме (в стихах, песнях и т.д.), квалифицируя активную «агрессивную» рекламу и пропаганду наркотиков как покушение на склонение к употреблению наркотиков, дополнив соответствующим примечанием к ст. 230 УК РФ. Кроме того, необходимо ввести административную ответственность за незаконную рекламу и пропаганду лекарственных препаратов, оказывающих одурманивающее действие, путем внесения изменений в диспозицию статьи 6.13 КоАП РФ.

¹ См. подр.: Лаврентьев С.Н. Димаркетинг образа наркотиков в молодежной субкультуре, как стратегическая цель государства и гражданского общества // Государство и гражданское общество как элементы механизма противодействия наркоагрессии : сборник материалов Международной научно-практ. конф., г. Уфа, 13–14 марта 2014 г. / под общ.ред. А.Ю. Кийко. Уфа : УФ СЗИПУ ФСКН России, 2014. Ч. 1. С. 179–184. Психологические основы профилактики наркомании в семье / под ред. С.В. Березина, К.С. Лесецкого. Самара, 2001.

² О наркотических средствах и психотропных веществах : Федеральный закон от 08.01.1998 № 3-ФЗ (ред. от 25.11.2013), ст. 46.