

А.Ю. Иванов,

кандидат философских наук, доцент
Сибирский юридический институт
ФСКН России (г. Красноярск)

К ВОПРОСУ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРОПАГАНДУ И РЕКЛАМУ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Согласно п. 83 ч. 2 ст. 28.3 КоАП РФ должностные лица органов наркоконтроля уполномочены составлять протоколы по делам об административных правонарушениях, предусмотренных 6.13 КоАП РФ. При этом в соответствии с ч. 4 ст. 53 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» данное правонарушение относится к числу тех, в отношении которых дела об административных правонарушениях возбуждаются в общем порядке при наличии соответствующих повода, основания, условий.¹

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

Во-первых, что следует понимать под пропагандой наркотических средств? Из содержания ст. 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» следует, что для установления факта пропаганды наркотических средств, за которую предусмотрена административная ответственность ст. 6.13 КоАП РФ, 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 средств, психотропных веществах и их прекурсорах.

Указанное позволяет сделать выводы, что такие действия, как ношение одежды в общественных местах с изображением наркосодержащего растения, демонстрация одежды, на которой указано наименование наркотического средства, не являются пропагандой наркотических средств, так как они не направлены на распростра-

нение 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.

Следовательно, 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 обоснованно применять административную ответственность за указанные выше действия.

Во-вторых, что следует понимать под рекламой наркотических средств? Статьей 6.13 КоАП РФ предусматривается ответственность не только за пропаганду наркотических средств, но также и за их незаконную рекламу.

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 указанного изображения: «Опиум», «Героин» и т.п. Согласно ст. 7 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» недопустима реклама наркотических средств, т.е. реклама наркотических средств является также запрещенной информацией, как и пропаганда наркотических средств. Так, по итогам первого полугодия 2014 г. на территории Российской Федерации было выявлено всего 115 административных правонарушений, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, из них 109 – органами наркоконтроля, остальные – органами внутренних дел.²

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 сведения 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 РФ: 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 РФ (за второй квартал 2009 г.) признаются изображения на товарах (например, сувенирах) рекламой наркотического средства.

В отличие от пропаганды реклама конкретнее определена в действующем законодательстве, однако его нормативный смысл, раскрытый в положениях Федерального закона «О рекламе», и его истолкование судебными и правоохранительными органами при рассмотрении дел по ст. 6.13 КоАП несколько различаются. Указанное позволяет обеспечить некоторую собираемость административных штрафов и создать прецеденты правовой нормы, однако, на наш взгляд, указанная практика является как минимум дискуссионной 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, т.е. объекте рекламирования, к которым относятся сувениры и иные вещи с изображением наркосодержащих растений (например, листьев конопли) и соответствующими надписями, однако производителем указываются не для целей рекламы наркотических средств, а для реализации товара, на котором они указаны, путем придания ему оригинального дизайна. Следовательно, если умысел направлен только 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 привлекательным свою продукцию, при этом может и не иметь умысла на рекламу наркотических средств, наркосодержащих растений, также действия продавца могут быть направлены не на рекламу наркотических средств, а на рекламу товаров, с целью их продажи.

Так как привлекаемые специалисты, эксперты по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, 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.

1. В ст. 1 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» включить определение пропаганды наркотических средств.

2. Часть 1 ст. 46 Федерального закона «О наркотических средствах и психотропных веществах» изложить в иной редакции с учетом законодательного определения пропаганды наркотических средств.

Реализация указанных предложений позволит правоприменителям эффективнее осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ, в том числе и по фактам, связанным с публичной демонстрацией изображений наркосодержащих растений и иной информации в общественных местах, которая может способствовать формированию или поддержанию интереса к приобретению и (или) потребле-

нию наркотических средств (включая демонстрацию информации о наркотических средствах на одежде).

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 с учетом законодательного определения пропаганды наркотических средств.³

Указанное предложение позволит эффективнее противодействовать распространению пропаганды и рекламы наркотических средств в Интернете, 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 Интернета может применяться за отдельные элементы пропаганды наркотических средств, в иных случаях требуется решение суда.

¹ Цуканов Н.Н. О принципе публичности в производстве по делам об административных правонарушениях // Административное право и процесс. 2008. № 4. С. 7-10.

² Обзор административной практики в сфере незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ за 1 полугодие 2014 года : ФСКН России.

³ Иванов А.Ю., Ефимов С.Н., Галушин П.В. Противодействие пропаганде наркотических средств и психотропных веществ в сети Интернет // Вестник Сибирского юридического института ФСКН России. 2014. №. 4. С. 37-41.

А.В. Горелик

Сибирский юридический институт
ФСКН России (г. Красноярск)

**ЭКСПЕРТНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЛ
ОБ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЯХ В ОБЛАСТИ
НЕЗАКОННОГО ОБОРОТА И ПОТРЕБЛЕНИЯ НАРКОТИКОВ**

В юридической литературе продолжает оставаться дискуссионным ряд вопросов, связанных с привлечением к административной ответственности по ст. 6.8. КоАП РФ «Незаконный оборот наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов и незаконное приобретение, хранение, перевозка растений, содержа-