

§2 АДМИНИСТРАТИВНОЕ ПРИНУЖДЕНИЕ

Базулев К.И.

ОСОБЕННОСТИ СОСТАВА АДМИНИСТРАТИВНОГО ПРАВОНАРУШЕНИЯ, ПРЕДУСМОТРЕННОГО СТ. 6.13 КОАП (ПРОПАГАНДА ИЛИ РЕКЛАМА НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ, ПСИХОТРОПНЫХ ВЕЩЕСТВ ЛИБО ИХ ПРЕКУРСОРОВ, РАСТЕНИЙ, СОДЕРЖАЩИХ НАРКОТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА, ПСИХОТРОПНЫЕ ВЕЩЕСТВА ЛИБО ИХ ПРЕКУРСОРЫ, ИЛИ ИХ ЧАСТЕЙ, СОДЕРЖАЩИХ НАРКОТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА, ПСИХОТРОПНЫЕ ВЕЩЕСТВА ЛИБО ИХ ПРЕКУРСОРЫ)

Аннотация: в статье рассматриваются принципиальные положения о составе пропаганды или рекламы наркотических средств, психотропных веществ либо их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства, психотропные вещества либо их прекурсоры, или их частей, содержащих наркотические средства, психотропные вещества либо их прекурсоры. Предлагается характеристика объективных и субъективных признаков правонарушения, анализируется общественная вредность данного противоправного деяния, уточняются признаки субъекта правонарушения. Проводятся отграничение пропаганды или рекламы от стандартных приемов в предпринимательской деятельности, направленных на продвижение товара, а не его маркировки, эмблемы, цветовой и смысловой гаммы. На основе материалов судебной практики автор подвергает критике существующие методики определения признаков пропаганды наркотических средств и психотропных веществ. Приводятся примеры рекламы наркотических средств посредством социальных сетей, а также практика ФСКН по пресечению этих действий. Обосновывается, что в современный период в антинаркотической политике России доминирует неразумная жесткость, в силу которой, в частности, достаточно широко и произвольно применяется норма ст. 6.13 КоАП в отношении предпринимателей, прежде всего, занимающихся реализацией товаров на потребительском рынке. По мнению автора, это является не только уходом от основной идеи противодействия (собственно, борьбы за снижение числа наркозависимых лиц, сокращение преступности, связанной как с незаконным оборотом, так и с иными посягательствами, совершаемыми наркоманами), но и девальвацией в глазах общества этой идеи. Формулируются предложения по совершенствованию действующего законодательства в части уточнения понятия «пропаганда».

Ключевые слова: административное правонарушение, пропаганда, реклама, наркотические средства, психотропные вещества, прекурсоры, ФСКН, предпринимательство, товар, судебная практики.

В сфере противодействия незаконному обороту наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов доминируют уголовно-правовые нормы, однако немалая часть противоправных деяний влечет административную ответственность. В соответствии со ст. 2.1 КоАП административным правонарушением признается противоправное, вино-

вное действие (бездействие) физического или юридического лица, за совершение которого установлена административная ответственность. Одним из административных правонарушений, связанных с незаконным оборотом наркотиков, является пропаганда или реклама наркотических средств, психотропных веществ либо их прекурсоров, растений, содержащих

наркотические средства, психотропные вещества либо их прекурсоры, или их частей, содержащих наркотические средства, психотропные вещества либо их прекурсоры, ответственность за которую установлена в ст. 6.13 КоАП РФ. Противоправность административных правонарушений, связанных с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, может быть определена на основании следующих положений ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах», который служит базовым нормативным правовым актом, определяющим законность или незаконность их оборота:

- строгий контроль за оборотом наркотических средств и психотропных веществ (п. 1 ст. 4);
- государственная монополия на основные виды деятельности, связанной с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, включенных в Список I (ст. 5);
- лицензирование всех видов деятельности, связанной с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, включенных в Список I (п. 2 ст. 4);
- ограничение или запрещение отдельных видов оборота наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров (ст. 14);
- запрет потребления наркотических средств и психотропных веществ без назначения врача (ст. 41).

При совершении административных правонарушений в сфере оборота наркотических средств и психотропных веществ правила, установленные ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах», нарушаются, нелегальный рынок сбыта запрещенного товара получает возможности по увеличению прибыли, а количество потребителей запрещенных препаратов растет.

Непосредственным объектом правонарушений, предусмотренных ст. 6.13 КоАП, выступает общественная нравственность, которая в современной литературе она понимается как совокупность общественных отношений, обеспечивающих соблюдение норм и правил поведения, представлений об общественных ценностях, сложившихся в обществе¹. Пропаганда или реклама наркотических средств

и психотропных веществ, даже в рамках административной наказуемости, причиняет вред общественной нравственности в следующем выражении: во-первых, противодействует политике здорового образа жизни, концептуально востребованной сейчас во всех странах мира; во-вторых, создает представление о допустимости потребления наркотических средств и психотропных веществ, в том числе у несовершеннолетних граждан, нравственный облик которых находится в стадии формирования; в-третьих, косвенно содействует и нарушению определенных правил безопасного поведения (например, потребление наркотиков лицами, управляющими транспортными средствами). Дополнительным объектом данного правонарушения является установленный порядок деятельности в сфере оказания рекламных услуг, а также в сфере массовой информации

Применительно к предмету правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП следует упомянуть примеры привлечения к ответственности предпринимателей за реализацию продукции, на которой содержались изображения «рекламного характера» (например, напульсники с рисунком листа конопли). Думается, что сам по себе рисунок нельзя признать рекламой с позиций действующего Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»² (его п. 1 ст. 3 признает рекламой информацию, распространенную любым способом, адресованную неопределенному кругу лиц, направленную на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования), и в данном случае имеет место расширительное толкование положений ст. 6.13 КоАП. В другом случае предметом правонарушения выступал брючный ремень, на пряжке которого была изображена курительная трубка с эмблемой стилизованного изображения конопли. Думается, что в данной ситуации можно признать реализацию такого товара содержащей объективные признаки правонарушения по ст. 6.13 КоАП (по признаку пропаганды — демонстрация механизма употребления наркотического средства.), тогда как в первом примере — нет. Само наличие на товарной продукции некоего изображения еще не может служить основанием полагать, что продавец заинтересован в продвижении на рынке содержания рисунка, так как желание продавца заключается в реализации товара конкретного вида. Если же сам товар содержит зрелищное изображение способа употребления наркотических средств,

¹ См. : Миллеров Е.В. Уголовно-правовая охрана нравственности. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2006. С. 6; Старков Е.А. Уголовная ответственность за преступления против общественной нравственности. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2011. С.7; Тасаков С.В. Нравственные основы уголовно-правовых норм, направленных на охрану личности, ее прав, свобод и законных интересов. Дис. ... д-ра юрид. наук. Екатеринбург; 2010. С. 14.

² О рекламе : Федер.закон [принят Гос. Думой 22.02.2006] (по сост. на 28.07.2012) // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

можно по объективной стороне рассмотреть это как пропаганду, однако вряд ли возможно доказать умысел в отношении данного деяния, вследствие чего привлечение к административной ответственности, на наш взгляд, также представляется необоснованным. Если рассуждать наоборот, нужно привлекать по ст. 6.13 предпринимателей, реализующих одежду из конопли, что очевидно лишено смысла, поскольку пошив одежды из конопляного волокна, наоборот, представляет собой своеобразную «антирекламу» этого растения, рассказывает о его использовании не в качестве наркотического средства. Вместе с тем, вышестоящие судебные инстанции признали в обоих случаях обоснованным привлечение к административной ответственности³, в связи с чем можно сделать вывод о необходимости разработки унифицированных критериев рекламы и пропаганды в целях ст. 6.13 КоАП РФ.

Объективная сторона административного правонарушения в литературе определяется как система признаков, характеризующих содержание соответствующего деяния: направленность действия (бездействия), его вредоносные последствия и причинную связь между ними (в материальных составах), время, способ, орудия, средства, обстановку совершения административного правонарушения⁴. А.Б. Агапов указывает, что конструкция объективной стороны подразумевает описание методами законодательной техники противоправного действия либо бездействия физического или юридического лица, следствием которых явилось причинение морального, материального или физического (телесного) вреда интересам граждан, корпоративным образованиям или государству, а также причинной связи действия или бездействия и последующего причинения вреда. А.В. Федоров рассматривает объективную сторону конкретного административного правонарушения как совокупность юридически значимых, существенных и типичных для административных правонарушений данного вида объективных признаков, закрепленных в КоАП РФ либо законах (кодексах) субъектов РФ об административных правонаруше-

ниях, а в случае если диспозиция статьи, предусматривающей административную ответственность, бланкетная, то в соответствующих законах и иных нормативных правовых актах, характеризующих внешнюю сторону противоправного деяния в форме действия либо бездействия, причиняющего вред объекту, охраняемому законодательством⁵.

Объективная сторона рассматриваемого правонарушения может быть охарактеризована следующим образом. Данный состав административного правонарушения сконструирован как альтернативный, подразумевающий совершение виновным одного из двух действий, носящих в целом публичный характер (адресованный широкому кругу лиц). Понятие «пропаганда» не является правовым, хотя в последние годы внимание федерального и региональных законодателей чрезмерно привлекает (например, в Санкт-Петербурге 7 марта 2012 г. № 108–18 принят местный закон, которым Закон «Об административных правонарушениях в Санкт-Петербурге» дополнен нормами, устанавливающими ответственность за публичные действия, направленные на пропаганду гомосексуализма, бисексуализма или трансгендерности, а равно педофилии, среди несовершеннолетних; в Государственной Думе РФ в настоящее время рассматривается законопроект, в соответствии с которым планируется установить в КоАП ответственность за пропаганду гомосексуализма среди несовершеннолетних и др.). В Пояснительной записке к проекту этих изменений в КоАП РФ под пропагандой понимается деятельность по целенаправленному и бесконтрольному распространению информации, способной нанести вред здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе сформировать искаженные представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений⁶. Вместе с тем, термин «пропаганда» означает «распространение взглядов и идей с целью их внедрения в общественное сознание и активизации массовой практической деятельности»⁷. Ст. 46 ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» не дает определения пропаганды, но раскрывает ее направленность: 1) на распространение сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования наркотических средств, психотропных

³ Справка по результатам обобщения судебной практики рассмотрения дел об административных правонарушениях, связанных с незаконными действиями с наркотическими средствами, психотропными веществами и их аналогами [электронный ресурс] URL http://files.sudrf.ru/1561/user/doc/a/SPRAVKA_narkotiki.rtf (дата обращения 27.04.2013)

⁴ Конин Н.М. Российское административное право. Общая часть : курс лекций. Саратов, 2001. С.

⁵ Федоров А.В. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности: вопросы теории и практики. Дис. ... канд. юрид. наук. Ростов, 2005. С. 23.

⁶ Рос. газ. 2013. 4 фев.

⁷ БСЭ. М., 1969–1978. Т. 17. С. 361.

веществ и их прекурсоров, местах их приобретения, способах и местах культивирования наркосодержащих растений; 2) на производство и распространение книжной продукции, продукции средств массовой информации; 3) на распространение указанных сведений посредством использования информационно-телекоммуникационных сетей; 4) совершение иных действий в этих целях. Таким образом, перечень пропагандистских действий является открытым, благодаря чему применение ст. 6.13 на практике зачастую носит абсурдный характер, как, впрочем, и ряд публицистических материалов, доступных широкой публике, на эту тему.

М.В. Слободчук предлагает определить пропаганду наркотиков как деятельность по популяризации и распространению идей наркокультуры в общественном сознании независимо от способа передачи информации⁸, что представляется нелогичным по причине невозможности гармонично встроить эту дефиницию в процесс квалификации правонарушения, причем как по объективным, так и по субъективным признакам. В то же время, представляется разумной позиция ряда авторов относительно широких возможностей пропаганды наркотиков в социальных сетях и других электронных ресурсах, обоснованная практикой выявления рынков сбыта наркотиков через Интернет⁹. Как указывает В.Д. Малков, о влиянии той или иной информации можно говорить лишь с определенной степенью условности, поскольку и положительное и отрицательное воздействие той или иной стороны общественной жизни зависит от конкретной комбинации факторов¹⁰. Между тем, позиция судебных инстанций подтверждает обратное. Например, в одном из изученных дел об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП, возбужденных по факту продажи покупателю головного убора с изображением конопляного

листа, суд указал, что рисунок на исследованном головном уборе является носителем пропаганды каннабиса и может указывать на призыв к легализации данного вида наркотика; изображение на головном уборе, безусловно, оказывает воздействие на восприятие окружающих: является провоцирующим фактором, вызывающим интерес к ощущениям, связанным с употреблением марихуаны¹¹.

В отличие от пропаганды, реклама является правовым понятием, однако его нормативный смысл, раскрытый в положениях ФЗ «О рекламе», и его истолкование судебными и правоохранными органами при рассмотрении дел по ст. 6.13 КоАП несколько различается. Например, по одному делу установлено, что в витрине магазина были выставлены для продажи три наклейки с изображением листа конопли¹², в другом случае с торговой точки было изъято 14 брючных ремней, на пряжках которых был нанесен аналогичный рисунок¹³, а еще в одном деле рекламой наркотических средств была признана реализация DVD-диска с кинофильмом под названием «Укурыши»¹⁴. Указанная практика, естественно, позволяет обеспечить некоторую собираемость штрафов и создать прецеденты правовой нормы, однако, на наш взгляд, она не основана на законе. Так, в перечисленных трех случаях интерес продавца имеет сугубо утилитарную направленность: продажа товара определенного вида, безотносительно рисунка или иных характеристик. ФАС, ФСКН и суды расширительно толкуют в данном случае понятие «привлечение интереса», которое, кстати, тоже не является правовым. Следует упомянуть и о том, что одной из актуальных тенденций легкой промышленности, например, является производство одежды из конопляного волокна, поэтому во многих торговых комплексах, наряду с вывесками «одежда из льна» можно увидеть и вывески с текстом «одежда из конопли», и это из сложившегося понимания признаков состава ст. 6.13 также должно влечь административную ответственность. Естественно, что более разумным представляется отграничить вышеперечисленные действия от иных, обладающих признаком общественной опасности. Например, по одному из изучен-

⁸ Слободчук С.В. Административная ответственность за правонарушения, связанные с наркотиками. Дис. ... канд. юрид. наук. Воронеж, 2005. С. 29.

⁹ Гузеева О.С. Предупреждение размещения информации, способствующей распространению наркотических средств, в российском сегменте сети «Интернет»: криминологические и уголовно-правовые проблемы. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2008. С. 16; Шукин А.М. Интернет как средство влияния на потребление наркотических средств и их аналогов // В сб. : Преступность в Западной Сибири: актуальные проблемы профилактики и расследования преступлений. Тюмень, 2013. С. 284–290.

¹⁰ Криминология: учебник для вузов / Под ред. В.П. Малкова. М., 2006. С. 56–62.

¹¹ Архив Ульяновского областного суда. 2013. Дело № 12–62.

¹² Архив Ленинградского областного суда. 2012. Дело № 7–39.

¹³ Архив Верховного Суда РФ. 2009. Постановление № 31–Ад09–3.

¹⁴ Архив Верховного Суда РФ. 2009. Постановление № 16–Ад09–3.

ных дел вынесено постановление в отношении ООО, которое осуществляло реализацию через интернет-магазин предметов одежды с надписями «Марихуана, пусть весь мир тебе улыбнется», «Шмаль, будь лидером» и пр. Эти действия обоснованно квалифицированы по ч. 1 ст. 6.13, причем представитель организации не только признал вину, но и сообщил суду, что данный товар был снят с реализации¹⁵.

В перечне субъектов рассматриваемого правонарушения можно отметить шесть категорий лиц: граждане РФ, иностранцы, лица без гражданства, должностные лица, индивидуальные предприниматели, юридические лица. При изучении материалов судебной практики противоправная деятельность должностных лиц по смыслу ст. 6.13 КоАП нами не выявлена. Укажем, что в связи с наличием в данной норме иных субъектов (предприниматель, юридическое лицо), а также в связи с природой совершаемых действий, подобный прецедент вряд ли возможен: пропаганда психоактивных веществ очевидно выходит за рамки служебной этики, а реклама является коммерческой деятельностью. В перечень правонарушений, ответственность за которые несут должностные лица негосударственных организаций, ст. 6.13 не входит. Поэтому представляется логичным из санкции ч. 1 ст. 6.13 КоАП исключить слова «на должностных лиц...». Предприниматель, осуществляющий коммерческую деятельность без образования юридического лица, может быть субъектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 6.13 КоАП, причем на практике чаще всего привлекаются к ответственности предприниматели, занимающиеся розничной торговлей товарами народного потребления. Нами изучено 42 дела по ст. 6.13 КоАП, по 23 из них к ответственности привлечены ИП. Юридическое лицо может быть субъектом правонарушений, предусмотренных ч. 1 ст. 6.13 в связи с определенными видами осуществляемой деятельности. В целом ответственность юридических лиц в достаточном объеме представлена в КоАП: как указывает А.Б. Панов, более 500 составов правонарушений подразумевают применение административной ответственности к таким субъектам¹⁶.

Субъективная сторона административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП, исходя из структуры ее диспозиции, должна характеризоваться умышленной виной. Умысел как

форма вины в совершении административного правонарушения предполагает сочетание трех компонентов: 1) сознание противоправного характера своего действия (бездействия); 2) предвидение его вредных последствий; 3) отношение к последствиям: желание их наступления, сознательное допущение либо безразличное отношение. Применительно к составам правонарушений, связанным с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ, можно сделать вывод о том, что виновный, как правило, понимает противоправный характер своих действий, но относится к этому безразлично. Последствий правонарушения в этих составах не предусмотрено, поэтому фактически вина выражается в косвенном умысле. В то же время, на практике крайне редко проводится исследование умысла на пропаганду или рекламу НСПВ, преследование осуществляется по формальным критериям, что представляется недопустимым.

В литературе отмечается, что проблема пропаганды и незаконной рекламы наркотических средств, психотропных веществ, их прекурсоров, растений или их частей, содержащих наркотические средства, психотропные вещества, прекурсоры, имеет три разновидности: 1) акт непосредственного исполнителя (например, размещение соответствующей символики на одежде и т.д.); 2) всегда скрытая от посторонних пропаганда молодежной субкультуры наркотиков и эффекта от их воздействия в узких коллективах; 3) незаконная реклама и пропаганда наркотиков в сети Интернет¹⁷. Соглашаясь с позициями первой и третьей, следует отметить, что пропаганда наркотической субкультуры в коллективе — непубличное действие, основанное на межличностных связях, вследствие чего публичных интересов, защищаемых нормами КоАП, оно не нарушает и пропагандой в общепринятом смысле не является, более того, затруднительно представить дело об административном правонарушении с такой фабулой: на вечеринке один из присутствующих рассказывает остальным, как интересно употреблять наркотические средства, и какой эффект это дает. Сама ситуация, в принципе, реалистична, но признать эти действия пропагандой невозможно: рассказчик не преследует цели вовлечения новых потребителей наркотиков, не желает их приобщения к наркотизму, а всего лишь поддерживает беседу на тему, которая ему кажется интересной. Отсутствует элемент публичности (например, если

¹⁵ Архив Заельцовского районного суда. Новосибирской области. 2010. Дело № 5–72.

¹⁶ Панов А.Б. Административная ответственность юридических лиц. Дис. ... канд. юрид. наук. Челябинск, 2012. С. 11.

¹⁷ Аксенкин А.Л. Вопросы административной ответственности за пропаганду наркотиков // Административное право и процесс. 2011. № 3. С. 51–52.

подобный рассказ звучит с лекторской трибуны, можно говорить о пропаганде, поскольку аудитория подвергается психологическому воздействию со стороны лектора, а может быть, находится от него в своеобразной зависимости). Применительно к первой позиции квалификация пропаганды наркотических средств должна, по нашему мнению, осуществляться предельно внимательно: действительно, нередки случаи, когда в торговой сети можно приобрести одежду с нанесенными на нее изображениями или надписями неоднозначного содержания. Однако, как уже отмечалось в предыдущей главе, вряд ли можно установить признаки субъективной стороны данного правонарушения у продавца, который желает реализовать определенный товар, а также осознает, что такой товар приобретается не столько наркоманами, сколько ради шутки, в подарок знакомым, а иногда — из желания психологически самоутвердиться, показать противопоставление себя принятым в обществе правилам. Применительно к рекламе и пропаганде в сети Интернет можно отметить, что в практике встречаются случаи, когда по ст. 6.13 обоснованно квалифицируется размещение информации о способах изготовления наркотических средств и т.п. Одновременно тут же возникает вопрос: следует ли квалифицировать по ст. 6.13 действия лиц, которые, совместно употребив наркотическое средство, сняли видеоролик о том, что с ними произошло под воздействием препарата, и разместили этот ролик на общедоступном Интернет-ресурсе (например, Youtube)? Или же съемку видеоролика, в котором заснято некое третье лицо, находящееся под воздействием наркотического средства? По нашему мнению, в обоих случаях умысел на пропаганду отсутствует, и поведение авторов видеоролика можно объяснить или личным желанием прославиться, или желанием пошутить (образ наркомана в молодежной среде является своеобразным мемом, над которым принято смеяться из-за его неуклюжих и нелогичных поступков). Таким образом, при отсутствии доказательств умысла на совершение пропаганды или рекламы привлечение к административной ответственности должно быть недопустимым. Гораздо эффективнее использовать в этих случаях блокирование Интернет-контента и иные способы модераторской деятельности, налаживая взаимодействие между ФСКН, Интернет-СМИ и социальными сетями, в которых в основном сосредоточены тематические видео- и иные материалы. Из реальных достижений ФСКН в рассматриваемой плоскости можно отметить создание в августе 2011 г. Горячей линии по приему сообщений о противоправном контенте на базе Региональной обществен-

ной организации «Центр Интернет-Технологий». В результате обработки информации, поступившей на Горячую линию от граждан, выявлено и взято ФСКН России в разработку более 1 500 ресурсов, представляющих оперативный интерес. В результате принятых мер, в том числе с использованием механизмов общественно-государственного партнерства, закрыто более 800 ресурсов, в деятельности которых усматривались признаки пропаганды наркотиков. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» в действующей редакции предусматривает создание механизмов принудительного блокирования интернет-страниц, содержащих информацию, запрещенную для распространения на территории РФ, в том числе по пропаганде наркотиков, хостинг-провайдерами, операторами связи, а также обязанность владельцев интернет-сайтов удалить интернет-страницу, на которой размещается запрещенная к распространению информация, после получения соответствующего уведомления от хостинг-провайдера.

Как показывает анализ рекомендаций, подготовленных ФСКН России и распространяемых среди гражданского населения, а также в образовательных и иных учреждениях для широкого круга пользователей¹⁸, и позиций, озвучиваемых в публичных выступлениях и получивших свое закрепление в ряде подзаконных актов и пояснениях к программным мероприятиям, в сфере противодействия незаконному обороту наркотических средств и психотропных веществ в современный период доминирует политика неразумной жесткости, в силу которой, в частности, достаточно широко и произвольно применяется норма ст. 6.13 КоАП в отношении предпринимателей, прежде всего, занимающихся реализацией товаров на потребительском рынке. На наш взгляд, это не только уход от основной идеи противодействия (собственно, борьбы за снижение числа наркозависимых лиц, сокращение преступности, связанной как с незаконным оборотом, так и с иными посягательствами, совершаемыми наркоманами), но и девальвация в глазах общества этой идеи. Современное российское общество сформировалось под влиянием информационных потоков, значительно расширившихся в последние двадцать лет за счет развития электронных технологий и коммуникаций. Если в доперестроечные времена об особенностях жизни за границей были проинформированы единицы советских граждан,

¹⁸ См. напр. : Российская антинаркотическая политика: нормативно-правовое регулирование. Белгород, 2013.

то в настоящее время выезд в зарубежные страны существенно упростился, благодаря чему многие россияне могут лично наблюдать отношения власти и гражданского общества в Европе. На фоне либеральных преобразований в сфере частичной легализации оборота наркотиков (Чехия, Голландия, Португалия, Испания) деятельность ФСКН в глазах российских граждан выглядит неразумно жесткой, а сопоставляя мнимые успехи в борьбе с пропагандой, выраженной в реализации маркированных рисунком листьев конопли товаров, с данными о масштабе действительно опасной наркопреступности, озвучиваемыми в СМИ, общество получает непонимание самой природы противодействия распространению наркотиков и демонстрирует негативное отношение к субъектам, которые это противодействие должны осуществлять.

Еще одной проблемой привлечения к ответственности по ст. 6.13 КоАП является то, что в качестве источника получения доказательств по этим делам используется не заключение эксперта, а консультации специалиста (в области ботаники или фармакологии в отношении, например, изображения объекта растительного мира, а также в области психологии). Так, в одном из изученных дел в качестве доказательств использовались разъяснения медицинского психолога-сотрудника наркологического диспансера, который пояснил, что представленные товары с изображением листьев каннабиса могут сформировать интерес к наркотическим средствам и привести к формированию установок на потребление наркотических средств, а изображение таких листьев совместно с приспособлениями для курения провоцирует людей к поиску и употреблению наркотиков путем курения¹⁹. Однако психология, в отличие от химии или лабораторной диагностики, не может представлять объективные свидетельства, тем более прогнозировать развитие неких событий. В связи с этим уместно по делам о правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП, использовать в качестве доказательств заключение экспертов, специализирующихся в области лингвистики, культурологии, филологии, маркетинга. В то же время, отсутствие в материалах дела, возбужденного по ст. 6.13 КоАП, доказательств того, что, например, изображение на товаре является изображением наркотического средства, обычно влечет прекращение дела в связи с отсутствием состава административного правонарушения (так, в одном из изученных дел единствен-

ным доказательством того, что на изъятом товаре изображен лист конопли было устное свидетельство учительницы биологии о том, что рисунок напоминает по форме лист конопли²⁰). Сложившаяся практика применения ст. 6.13, на наш взгляд, позволяет на основании субъективных критериев привлекать к достаточно серьезной ответственности (среди наказаний для юридических лиц, например, — штраф до 1 млн руб. или административное приостановление деятельности).

Анализ признаков административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.13 КоАП, позволяет сделать следующие выводы:

1. В целях установления нормативно-правовой регламентации понятий рекламы и пропаганды по смыслу нормы ст. 6.13 КоАП включить в нее примечание следующего содержания: «1. Не является рекламой реализация товаров, на которых нанесены изображения, внешне сходные с представлением о наркотических средствах, психотропных веществах, растениях, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, а равно прекурсоры, если на товаре отсутствует призыв к потреблению психоактивных веществ. 2. Не является пропагандой тиражирование и реализация художественной и документальной продукции, формально повышающей степень информированности населения о психоактивных веществах и их потреблении, если в ней отсутствуют призывы к их потреблению и следованию модели поведения, изложенной в сюжете произведения». На данный момент оговорка об отсутствии признаков пропаганды или рекламы сделана только в отношении специальной медицинской литературы.

2. Осуществляя производство по делам об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП, необходимо устанавливать не только внешне противоправные действия, но и субъективные признаки правонарушения, в частности, умысел именно на пропаганду или рекламу НСПВ или связанного с их употреблением образа жизни, причем не на основе оценочных суждений психологов, а с установлением объективной картины. Таким способом из сферы применения нормы будет исключена реализация сувенирной продукции, кино- и литературных материалов, индустрия развлечений, которые в действительности обычно не образуют ни пропаганду, ни рекламу НСПВ, но публичный характер их деятельности делает их легко уязвимыми в части административного преследования.

¹⁹ Архив Верховного Суда Республики Карелия. 2013. Дело № 12–31/2013.

²⁰ Архив Волжского городского суда Волгоградской области. 2013. Дело № 5–2179/2013.

Библиография:

1. О рекламе : Федер.закон [принят Гос. Думой 22.02.2006] (по сост. на 28.07.2012) // СЗ РФ. 2006.-№ 12.- Ст. 1232.
2. Аксенкин А.Л. Вопросы административной ответственности за пропаганду наркотиков // Административное право и процесс.-2011.-№
3. Гузеева О.С. Предупреждение размещения информации, способствующей распространению наркотических средств, в российском сегменте сети «Интернет»: криминологические и уголовно-правовые проблемы. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук.-М., 2008. — 191 с.
4. Конин Н.М. Российское административное право. Общая часть : курс лекций.-Саратов, 2001. — 345 с.
5. Криминология: учебник для вузов / Под ред. В.П. Малкова.-М., 2006. — 601 с.
6. Миллеров Е.В. Уголовно-правовая охрана нравственности. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук.-М., 2006. — 205 с.
7. Панов А.Б. Административная ответственность юридических лиц. Дис. ... канд. юрид. наук.-Челябинск, 2012. — 231 с.
8. Российская антинаркотическая политика: нормативно-правовое регулирование. Белгород, 2013. — 21 с.
9. Слободчук С.В. Административная ответственность за правонарушения, связанные с наркотиками. Дис. ... канд. юрид. наук.-Воронеж, 2005. — 191 с.
10. Старков Е.А. Уголовная ответственность за преступления против общественной нравственности. Автореф. дис. ... канд. юрид. наук.-М., 2011. — 201 с.
11. Тасаков С.В. Нравственные основы уголовно-правовых норм, направленных на охрану личности, ее прав, свобод и законных интересов. Дис. ... д-ра юрид. наук.-Екатеринбург; 2010. — 535 с.
12. Федоров А.В. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности: вопросы теории и практики. Дис. ... канд. юрид. наук.-Ростов, 2005. — 199 с.
13. Шукин А.М. Интернет как средство влияния на потребление наркотических средств и их аналогов // В сб. : Преступность в Западной Сибири: актуальные проблемы профилактики и расследования преступлений. Тюмень, 2013. С. 284–290.

References (transliterated):

1. O reklame : Feder.zakon [prinyat Gos. Dumoi 22.02.2006] (po sost. na 28.07.2012) // SZ RF. 2006.-№ 12.-St. 1232.
2. Aksenkin A.L. Voprosy administrativnoi otvetstvennosti za propagandu narkotikov // Administrativnoe pravo i protsess.-2011.-№
3. Guzeeva O.S. Preduprezhdenie razmeshcheniya informatsii, sposobstvuyushchei rasprostraneniyu narkoticheskikh sredstv, v rossiiskom segmente seti «Internet»: kriminologicheskie i ugo-lovno-pravovye problemy. Avtoref. dis. ... kand. yurid. nauk.-M., 2008. — 191 s.
4. Konin N.M. Rossiiskoe administrativnoe pravo. Obshchaya chast' : kurs lektzii.-Saratov, 2001. — 345 s.
5. Kriminologiya: uchebnik dlya vuzov / Pod red. V.P. Malkova.-M., 2006. — 601 s.
6. Millerov E.V. Ugolovno-pravovaya okhrana npravstvennosti. Avtoref. dis. ... kand. yurid. nauk.-M., 2006. — 205 s.
7. Panov A.B. Administrativnaya otvetstvennost' yuridicheskikh lits. Dis. ... kand. yurid. nauk.-Chelyabinsk, 2012. — 231 s.
8. Rossiiskaya antinarkoticheskaya politika: normativno-pravovoe regulirovanie. Belgorod, 2013. — 21 s.
9. Slobodchuk S.V. Administrativnaya otvetstvennost' za pravonarusheniya, svyazannye s nar-kotikami. Dis. ... kand. yurid. nauk.-Voronezh, 2005. — 191 s.
10. Starkov E.A. Ugolovnaya otvetstvennost' za prestupleniya protiv obshchestvennoi npravstvennosti. Avtoref. dis. ... kand. yurid. nauk.-M., 2011. — 201 s.
11. Tasakov S.V. Npravstvennye osnovy ugolovno-pravovykh norm, napravlennykh na okhranu lichnosti, ee prav, svobod i zakonnykh interesov. Dis. ... d-ra yurid. nauk.-Ekaterinburg; 2010. — 535 s.
12. Fedorov A.V. Administrativnye pravonarusheniya v oblasti predprinimatel'skoi deya-tel'nosti: voprosy teorii i praktiki. Dis. ... kand. yurid. nauk.-Rostov, 2005. — 199 s.
13. Shchukin A.M. Internet kak sredstvo vliyaniya na potreblenie narkoticheskikh sredstv i ikh analogov // V sb. : Prestupnost' v Zapadnoi Sibiri: aktual'nye problemy profilaktiki i rassledovaniya prestuplenii. Tyumen', 2013. S. 284–290.