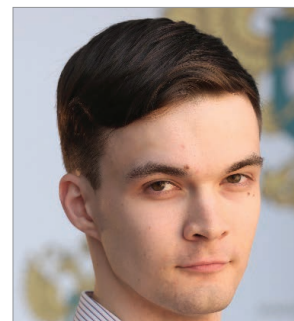


Вопросы правовой квалификации рекламы и пропаганды наркотических средств¹

Аннотация. В работе изучается административная ответственность за рекламу и пропаганду наркотических средств, установленная ст. 6.13 КоАП РФ, рассматриваются определения этих категорий. Приводится статистика рассмотрения судьями дел по данной статье. На основе анализа судебной практики изучаются формы, с помощью которых осуществляются реклама и пропаганда наркотических средств, а также делается вывод, что более часто выявляется именно пропаганда наркотических средств, чем их реклама.

Также рассматривается вопрос разграничения правонарушений, связанных с рекламой и пропагандой наркотических средств. Анализ судебной практики позволил прийти к выводу, что правоприменительными органами данные понятия фактически не разграничиваются, происходит это, в частности, вследствие того, что ответственность за данные деяния установлена одной нормой. При этом делается вывод, что такое правонарушение, как реклама наркотических средств, общественно опасней, так как реклама одновременно может являться и пропагандой. Вследствие этого данное правонарушение необходимо наказывать наиболее строго.

Ключевые слова: пропаганда, благосостояние, национальная безопасность, реклама, объект рекламирования, сеть Интернет, наркотические средства.



Евгений Вячеславович КОСЫРЕВ,

преподаватель кафедры
административного права
и процесса

Университета имени
О.Е. Кутафина (МГЮА),
кандидат юридических наук
kosirev.evg@yandex.ru
125993, Россия, г. Москва,
ул. Садовая-Кудринская, д. 9

DOI: 10.17803/2311-5998.2022.99.11.137-145

EVGENY V. KOSYREV,

Lecturer of the Department
of Administrative Law and Procedure
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL),
Cand. Sci. (Law)

kosirev.evg@yandex.ru

9, ul. Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

Issues of Legal Qualification of Advertising and Propaganda of Narcotic Drugs

Abstract. The paper examines the administrative responsibility for advertising and propaganda of narcotic drugs, established by Article 6.13 of the Administrative Code of the Russian Federation, the definitions of these categories are considered. The statistics of judges' consideration of cases under this article are given. Based on the analysis of judicial practice, the forms

¹ Исследование выполнено в рамках программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030».

by which advertising and propaganda of narcotic drugs are carried out are studied, and it is also concluded that it is the propaganda of narcotic drugs that is most often identified than their advertising.

The issue of delineation of offenses related to advertising and propaganda of narcotic drugs is also being considered. The analysis of judicial practice allowed us to come to the conclusion that these concepts are not actually differentiated by law enforcement agencies, this happens, in particular, due to the fact that responsibility for these acts is established by one norm, while it is concluded that such an offense as advertising of narcotic drugs is more socially dangerous, since advertising can also be propaganda at the same time. As a result, this offense must be punished most severely.

Keywords: *propaganda, welfare, national security, advertising, the object of advertising, the Internet, narcotic drugs.*

В ныне действующей Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400 (далее — Стратегия), одним из стратегических национальных приоритетов названо сбережение народа России, развитие человеческого потенциала, повышение благосостояния граждан и качества жизни. В пунктах 31 и 32 Стратегии указывается, что дальнейшее развитие человеческого потенциала должно обеспечить меры, направленные в том числе на формирование здорового образа жизни российских граждан, и что одной из целей государственной политики в данной сфере является укрепление их здоровья².

Еще одним стратегическим национальным приоритетом является информационная безопасность. В пункте 52 Стратегии указывается, в частности, что в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее — Интернет) происходит пропаганда потребления наркотических средств и психотропных веществ, распространяется другая незаконная информация. Как указывает Н. Ф. Попова, необходимость обеспечения информационной безопасности в системе национальной безопасности обуславливается внедрением в жизнь информационно-коммуникационных технологий, при использовании которых обеспечивается анонимность, которая, в частности, делает возможным распространение наркотических средств и психотропных веществ³.

С. В. Скляров и К. Н. Евдокимов указывают, что с целью пропаганды и незаконной рекламы наркотических средств, а также для их продажи, используется Интернет, это увеличивает латентность правонарушений и по способу осуществления причисляет эти действия к классу компьютерных преступлений⁴.

² СЗ РФ. 2021. № 27 (ч. II). Ст. 5351.

³ Попова Н. Ф. Новые приоритеты обеспечения национальной безопасности РФ // Административное право и процесс. 2022. № 5. С. 16—18.

⁴ См.: Скляров С. В., Евдокимов К. Н. Современные подходы к определению понятия, структуры и сущности компьютерной преступности в Российской Федерации // Всероссийский криминологический журнал. 2016. Т. 10. № 2. С. 322—330 ; Орехова Н. А. К вопросу о незаконной рекламе и пропаганде наркотических средств и психотропных веществ по

Стратегией государственной антинаркотической политики Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденной Указом Президента РФ от 23.11.2020 № 733, в качестве стратегической цели антинаркотической политики названо создание в социуме осмысленно отрицательного отношения к противоправному употреблению наркотиков и причастности в их незаконном обороте. Далее устанавливается, что угрозами национальной безопасности в сфере оборота наркотиков, а также в области противодействия их незаконному обороту в среднесрочной и долгосрочной перспективе являются, в частности, широкое применение сети Интернет для пропаганды незаконного потребления наркотиков. Кроме того, указывается, что развитие государственного контроля за оборотом наркотиков и антинаркотической деятельностью достигается с помощью выявления и пресечения действия в Интернете ресурсов, используемых для пропаганды незаконного потребления и распространения наркотиков⁵.

Часть 1 статьи 6.13 КоАП РФ устанавливает 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, а также новых потенциально опасных психоактивных веществ (далее — наркотические средства), а часть 1.1 данной статьи предусматривает более строгую ответственность за пропаганду наркотических средств с помощью сети Интернет.

В связи с этим стоит отметить, что вопрос административной ответственности за совершение указанных правонарушений также напрямую касается обеспечения национальной безопасности нашей страны.

Понятие пропаганды наркотических средств и указание на ее запрет содержится в ч. 1 ст. 46 Федерального закона от 08.01.1998 № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах»⁶, но некоторые авторы указывают на его неполноту и неоднозначность⁷. Согласимся с таким мнением и приведем определение указанного понятия, которое дается М. В. Анисифоровой. В соответствии с ним под пропагандой наркотических средств предлагается понимать распространение физическим лицом, должностным лицом, лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическим лицом:

- 1) информации о способах изготовления, хранения, переработки, производства, сбыта, пересылки или перевозки наркотиков, новых психоактивных веществ, культивирования и сбыта растений, содержащих наркотические средства

законодательству Российской Федерации // Актуальные проблемы административного и административно-процессуального права : сборник статей по материалам ежегодной Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. Ю. Е. Аврутина, А. И. Каплунова. СПб., 2018. С. 470—472.

⁵ СЗ РФ. 2020. № 48. Ст. 7710.

⁶ СЗ РФ. 1998. № 2. Ст. 219.

⁷ См., например: *Иванов А. Ю.* Понятие, основания административной ответственности за пропаганду и рекламу наркотических средств // Вестник Сибирского юридического института ФСКН России. 2015. № 1. С. 24—29.



или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и местах приобретения вышеуказанных средств и веществ;

- 2) любой другой информации, способствующей формированию положительного отношения к культуре потребления наркотиков и их незаконного оборота⁸.

Определение понятия «реклама» содержится в ст. 4 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым реклама — это 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 рынке⁹. У нас в качестве объекта рекламирования будут рассматриваться наркотические средства, в п. 2 ст. 7 Закона о рекламе указывается, что их реклама не допускается.

Представим статистику рассмотрения дел об административных правонарушениях, предусмотренных ст. 6.13 КоАП РФ за последние 10 лет, составленную Судебным департаментом при Верховном Суде РФ¹⁰ (см. рисунок).

Статистика количества рассмотренных дел об административных правонарушениях судьями по ст. 6.13 КоАП РФ за последние 10 лет показывает, что в 2021 г. их количество увеличилось на 288,3 % по сравнению с 2011 г. При этом существенный рост произошел относительно недавно, в 2019—2021 гг. Тем не менее и эти цифры, как считают некоторые авторы, не раскрывают реальное количество совершаемых правонарушений по указанной статье КоАП РФ¹¹.

Поэтому мы считаем оправданными предложения ряда авторов ввести уголовную ответственность за рассматриваемые деяния¹².

⁸ Бучнева М. В. К вопросу об административной ответственности за пропаганду наркотиков // Административное право и процесс. 2016. № 8. С. 41—45.

⁹ СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

¹⁰ Данные судебной статистики // Официальный сайт Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации. URL: <http://www.cdep.ru/index.php?id=79> (дата обращения: 20.07.2022).

¹¹ Быковский А. А. Вопросы административной ответственности за пропаганду и незаконную рекламу наркотических средств и психотропных веществ // Формирование позитивного имиджа органов внутренних дел в деятельности подразделений информации и общественных связей : материалы Межведомственной научной конференции / сост. С. С. Никитина. СПб., 2017. С. 29—32.

¹² См., например: Клинк К. В. Ответственность за незаконную рекламу наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 18. С. 153—155 ; Анисифорова М. В. Неочевидные формы пропаганды наркотиков в молодежной среде и административно-правовые средства противодействия им // Научный портал МВД России. 2021. № 1. С. 103—108 ; Уздовский А. В. Уголовно-правовое противодействие пропаганде и рекламе наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов // Российское право на современном этапе : сборник научных трудов XIV Международной научно-практической конференции. М. : Знание-М, 2020. С. 461—465.



А. А. Лачин и Е. А. Лачина утверждают, что привлечение к ответственности по ст. 6.13 КоАП РФ представляет собой существенный правоохранный инструмент, но он слаб, чтобы плодотворно противодействовать наркотизации, генерировать общественное мнение о неприемлемости наркопотребления и нетолерантности к наркотикам¹³. М. В. Анисифорова указывает, что в ряде европейских государств пропаганда наркотических средств влечет уголовную ответственность¹⁴.

Нами был проанализирован ряд судебных решений, вынесенных по ст. 6.13 КоАП РФ, и установлено, что суды совершенно по-разному толкуют понятия «реклама» и «пропаганда». Так, можно привести пример, когда судья в решении установил, что ИП Пушкарева осуществляла продажу чулочно-носочной продукции, на которой были изображены листья растения конопли, т.е. допустила совершение пропаганды растений, имеющих наркотические свойства¹⁵.

В другом случае судья Советского районного суда города Самары в своем решении по ст. 6.13 КоАП РФ установила, что мировой судья правильно пришла к выводу, что ИП Кулька Е. А., допустив к реализации носки с изображением на них листа наркотического растения — конопли, доступной для ознакомления и публичного просмотра неопределенному кругу лиц, осуществляла рекламу наркотического средства путем демонстрации неопределенному кругу лиц изображения листа данного наркосодержащего растения¹⁶.

¹³ Лачин А. А., Лачина Е. А. Уголовная ответственность за незаконную рекламу наркотических средств: российский и международный опыт // Ученые записки. 2020. № 1. С. 84—86.

¹⁴ Анисифорова М. В. Европейское законодательство в области противодействия пропаганде и незаконной рекламе наркотиков // Вестник уральского юридического института МВД России. 2021. № 4. С. 73—76.

¹⁵ Решение Алтайского краевого суда от 15.09.2020 по делу № 5-418/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁶ Решение Советского районного суда г. Самары от 27.07.2020 по делу № 12-244/2020 // СПС «КонсультантПлюс».



Данный пример не является единичным¹⁷. В некоторых судебных решениях понятия «пропаганда» и «реклама» вообще отождествляются¹⁸.

К. И. Базулев еще в работе 2013 г. приводил аналогичные примеры из судебной практики, когда выставление различных товаров для продажи с изображением наркотических средств квалифицировалось как их реклама¹⁹.

Как указано в письме ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий “вывеска” и “реклама”», являться объектом рекламирования способен товар, который предназначен для какого-либо введения в гражданский оборот, например для продажи, данный товар также можно индивидуализировать, выделить среди группы аналогичных товаров. Следовательно, реклама товара — это информация исключительно о конкретном товаре, который можно выделить внутри группы аналогичных товаров.

Размещенные на фасаде магазина или иного торгового объекта изображения каких-либо товаров (например, посуды, кулинарных изделий, цветов, одежды и т.д.) без признаков, характеристик указанных товаров, которые могли бы их индивидуализировать, не могут быть квалифицированы как рекламные, так как цель продвижения товара на рынке в данном случае не преследуется²⁰.

В приведенном нами примере с изображением наркосодержащего растения на носках объект рекламирования отсутствовал, и, соответственно, эту информацию можно было квалифицировать исключительно как пропаганду.

Но так как административная ответственность и за пропаганду, и за рекламу наркотических средств установлена единой нормой, практического значения не имеет, как будет квалифицирована та или иная информация о наркотических средствах: как реклама или как пропаганда.

В ходе анализа судебных решений было обращено внимание также и на форму распространения пропаганды и рекламы наркотических средств.

В большинстве случаев привлечение к административной ответственности за пропаганду наркотических средств осуществлялось за реализацию или ношение какой-либо одежды: головных уборов, нижнего белья, джинсов, браслетов и т.д. с изображением различных наркотических средств. Кроме того, был выявлен случай осуществления пропаганды с помощью исполнения песни, а также путем размещения в сети Интернет изображения наркотического средства²¹. В одном

¹⁷ Постановление Петрозаводского городского суда от 27.05.2020 по делу № 5-295/2020 ; решение Нижегородского областного суда от 12.03.2020 по делу № 12-112/2020 ; постановление Ленинского районного суда г. Пензы от 17.01.2020 по делу № 5-34/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁸ Решение Новгородского областного суда от 19.07.2020 по делу № 7-20/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁹ Базулев К. И. Особенности объективной стороны административных правонарушений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ // Научное обозрение. Серия 2 : Гуманитарные науки. 2013. № 6. С. 115—122.

²⁰ Доклады // Официальный сайт ФАС России. URL: <https://fas.gov.ru/documents/612556> (дата обращения: 20.07.2022).

²¹ Постановление Невского районного суда г. Санкт-Петербурга от 16.01.2020 по делу № 5-963/2019 ; постановление Оконешниковского районного суда от 15.04.2020 по делу № 5-1/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

случае должностные лица квалифицировали как пропаганду наркотического средства татуировку с изображением листа конопли²².

Переходя к рекламе, отметим, что нами были выявлены случаи наружной рекламы наркотических средств, которая, в свою очередь, содержала информацию о соответствующих интернет-сайтах²³. Проиллюстрируем один из интересных случаев из практики. Так, к административной ответственности по ч. 1 ст. 6.13 КоАП РФ за пропаганду наркотических средств было привлечено средство массовой информации за то, что на сайте издания был размещен репортаж с прикрепленным изображением. На фотоснимке был в том числе изображен фасад жилого дома, на котором, в свою очередь, находилась надпись, содержащая незаконную рекламу наркотических средств²⁴.

В ходе анализа судебных решений нами было обращено внимание также и на соотношение пропаганды и рекламы наркотических средств. В 85 % случаев действия лица, привлекаемого к ответственности, можно было квалифицировать как пропаганду наркотических средств, и только в 15 % — как их рекламу. Это говорит о том, что выявлению рекламы наркотических средств уделяется все же недостаточное внимание. Тем не менее, хотя реклама, содержащая их в качестве объекта, и запрещена, она встречается как на просторах сети Интернет, так и в виде наружной рекламы.

Обратим внимание, что реклама может одновременно являться пропагандой, а пропаганда рекламой — нет. Так, М. В. Анисифорова указывает, что пропаганда наркотиков в том числе может осуществляться с помощью размещения рекламной информации в общественных местах²⁵. А. Ю. Иванов отмечает, что пропаганда может содержать признаки рекламы, потому что сведения о способах использования и изготовления, местах приобретения наркотических средств также создают и сохраняют интерес к ним и в итоге помогают их реализации²⁶. В Федеральном законе от 20.07.2012 № 125-ФЗ «О донорстве крови и ее компонентов» указывается, что пропаганда донорства крови и ее компонентов осуществляется, в частности, посредством распространения рекламных материалов²⁷.

Поэтому считаем, что реклама наркотических средств является более общественно опасным правонарушением, чем их пропаганда. Вследствие этого данные деяния необходимо квалифицировать как отдельные правонарушения, при этом санкции за рекламу наркотических средств должны быть больше, чем за

²² Постановление Гусиноозерского городского суда от 22.01.2020 по делу № 5-61/2019 // СПС «КонсультантПлюс».

²³ Постановление Железнодорожного районного суда г. Самары от 28.02.2020 по делу № 5-80/2020 № 5-80/2020 ; постановление Октябрьского районного суда г. Кирова от 07.07.2020 по делу № 5-700/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

²⁴ Решение Нижегородского областного суда от 14.08.2019 по делу № 12-568/2019 // СПС «КонсультантПлюс».

²⁵ Анисифорова М. В. Европейское законодательство в области противодействия пропаганде и незаконной рекламе наркотиков.

²⁶ Иванов А. Ю. Понятие, основания административной ответственности за пропаганду и рекламу наркотических средств // Вестник Сибирского юридического института ФСКН России. 2015. № 1. С. 24—29.

²⁷ СЗ РФ. 2012. № 30. Ст. 4176.



их пропаганду. При этом мы не можем согласиться с более высокой ответственностью исключительно за пропаганду наркотических средств в сети Интернет, установленной ч. 1.1. ст. 6.13 КоАП РФ. Ее нужно установить также и за рекламу наркотических средств данным способом, так как сеть Интернет — это один из основных способов ее распространения.

Данные меры, по нашему мнению, должны снизить количество совершаемых правонарушений, связанных с рекламой и пропагандой наркотических средств.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Анисифорова М. В.* Европейское законодательство в области противодействия пропаганде и незаконной рекламе наркотиков // Вестник Уральского юридического института МВД России. — 2021. — № 4. — С. 73—76.
2. *Анисифорова М. В.* Меры административного предупреждения незаконного оборота прекурсоров наркотических средств и психотропных веществ // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2021. — № 6. — С. 80—88.
3. *Анисифорова М. В.* Неочевидные формы пропаганды наркотиков в молодежной среде и административно-правовые средства противодействия им // Научный портал МВД России. — 2021. — № 1. — С. 103—108.
4. *Базулуев К. И.* Особенности объективной стороны административных правонарушений, связанных с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ // Научное обозрение. — Серия 2 : Гуманитарные науки. — 2013. — № 6. — С. 115—122.
5. *Безверхов А. Г., Норвартян Ю. С.* Хищение наркотических средств или психотропных веществ, а также растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, либо их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества: вопросы законотворчества и правоприменения // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2019. — № 8. — С. 122—135.
6. *Бучнева М. В.* К вопросу об административной ответственности за пропаганду наркотиков // Административное право и процесс. — 2016. — № 8. — С. 41—45.
7. *Быковский А. А.* Вопросы административной ответственности за пропаганду и незаконную рекламу наркотических средств и психотропных веществ // Формирование позитивного имиджа органов внутренних дел в деятельности подразделений информации и общественных связей : материалы Межведомственной научной конференции / сост. С. С. Никитина. — СПб., 2017. — С. 29—32.
8. *Иванов А. Ю.* Понятие, основания административной ответственности за пропаганду и рекламу наркотических средств // Вестник Сибирского юридического института ФСКН России. — 2015. — № 1. — С. 24—29.
9. *Клинк К. В.* Ответственность за незаконную рекламу наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов // Научный электронный журнал Меридиан. — 2020. — № 18. — С. 153—155.

10. *Лачин А. А., Лачина Е. А.* Уголовная ответственность за незаконную рекламу наркотических средств: российский и международный опыт // Ученые записки. — 2020. — № 1. — С. 84—86.
11. *Орехова Н. А.* К вопросу о незаконной рекламе и пропаганде наркотических средств и психотропных веществ по законодательству Российской Федерации // Актуальные проблемы административного и административно-процессуального права : сборник статей по материалам ежегодной Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. Ю. Е. Аврутина, А. И. Каплунова. — СПб., 2018. — С. 470—472.
12. *Попова Н. Ф.* Новые приоритеты обеспечения национальной безопасности РФ // Административное право и процесс. — 2022. — № 5. — С. 16—18.
13. *Склярков С. В., Евдокимов К. Н.* Современные подходы к определению понятия, структуры и сущности компьютерной преступности в Российской Федерации // Всероссийский криминологический журнал. — 2016. — Т. 10. — № 2. — С. 322—330.
14. *Уздовский А. В.* Уголовно-правовое противодействие пропаганде и рекламе наркотических средств, психотропных веществ и их аналогов // Российское право на современном этапе : сборник научных трудов XIV Международной научно-практической конференции. — М. : Знание-М, 2020. — С. 461—465.