

УДК 343. 971:343.533.64 (575.2) (04)

## НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЛАТЕНТНОСТИ ПРЕСТУПЛЕНИЯ “ЗАВЕДОМО ЛОЖНАЯ РЕКЛАМА”

**Р.С. Голованов**

Рассматриваются актуальные вопросы и криминологические аспекты латентности преступления "Заведомо ложная реклама". Приводятся статистические данные, характеризующие форму реагирования государственных органов на правонарушения в рекламной сфере, а также отмечаются последствия латентности преступления "Заведомо ложная реклама".

*Ключевые слова:* экономическая деятельность; сертификация; реклама; организованная преступность.

В настоящий момент наблюдается повышенный интерес юристов к проблеме экономической преступности. Однако многие преступления в экономике нашей республики изучены мало. Одним из таких преступлений является “Заведомо ложная реклама” – это преступление в сфере экономической деятельности, предусмотренное статьей 192 Уголовного кодекса Кыргызской Республики от 18 сентября 1997 г., введенного в действие с 1 января 1998 г. (далее по тексту УК КР) суть которого заключается в использовании рекламодателями заведомо ложной информации относительно товаров, работ или услуг, а также их производителей или продавцов, рекламу продукции, подлежащей обязательной сертификации или лицензированию, но не имеющей сертификата соответствия или лицензии, совершенные из корыстных побуждений.

В условиях, когда экономические и социальные кризисы дополняются резким ослаблением роли государства в управлении общественно-политическими процессами, проявления и последствия организованной преступности способны приобрести особо угрожающий характер. В современном кыргызском обществе корыстные личные и корпоративные интересы организованных преступных группировок находят особо благоприятную питательную среду. Оказывая мощное влияние на все сферы общественной жизни, организованная преступность стала реальной силой, подрывающей безопасность кыргызского общества и государства. По прогнозам на 2010 г. рекламные рынки России и развивающихся стран вырастут на 7,8%, а в 2011 г. на 9,8%. За период

с 2006 по 2008 г. рост рекламного рынка России составил 87,2 млрд. руб.<sup>1</sup> По материалам РА DAS Marketing, исследования рекламного рынка Кыргызстана бессистемны, беспорядочны и неоднозначны, тем не менее, ориентируясь на прогрессивный рост рынков России и Казахстана, а также явно проявляющихся тенденций унификации экономических процессов, протекающих в наших государствах, можно сделать вывод о росте указанного выше экономического сегмента. Рекламная сфера, в которой вращаются огромные деньги, не может не заинтересовать криминалитет, что логически и должно было произойти.

Госагентством антимонопольного регулирования при Правительстве Кыргызской Республики (далее по тексту “Госагентство”) за 11 месяцев 2009 г. проведено 350 мониторингов рекламы на предмет соблюдения законодательства о рекламе, распространяемой на теле-радио каналах, в печатных изданиях, в наружной рекламе и рассмотрено 18 заявлений.

В процессе мониторинга и рассмотрения заявлений были установлены 154 нарушения Закона КР “О рекламе” (в 2008 г. 46 нарушений).

В целях устранения нарушений были вынесены 145 предписаний (в 2008 г. 46 предписаний).

В основном нарушения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей подпадали под:

<sup>1</sup> См.: *Егоршева Н.* Худшее позади. Рекламный рынок готовится к подъему // Российская газета. 2009. 11 ноября.

- ст. 5, не указание на наличие сертификации товара или номера лицензии;
- ст. 7, ложная реклама и использование термина в превосходной степени “Лучший, самый и т.д.”;
- ст. 8, неэтичная реклама;
- ст. 16-1, не указание срока действия акции о скидках;
- ст. 20, неправомерное использование образов несовершеннолетних лиц.

За ненадлежащее исполнение предписания Госагентства применены штрафные санкции в рамках административного законодательства Кыргызской Республики, сумма и соответственно эффективность которых мала для реализации превентивной функции, направленной на предотвращение совершения правонарушений и преступлений в рекламной сфере.

При наличии массовых заявлений граждан и организаций о нарушениях в рекламной сфере, рассматриваемых Госагентством, отсутствуют факты возбуждения уголовных дел по статье 192 Уголовного кодекса Кыргызской Республики (заведомо ложная реклама). За причиненный в результате потребления рекламируемых некачественных товаров и услуг вред здоровью или жизни виновные лица (рекламодатели, изготовители и распространители рекламы) к уголовной ответственности не привлекаются. Можно предположить, что количество не регистрируемых, а фактически совершаемых преступлений гораздо выше. В своей работе В.В. Лунев говорит о том, что фактическая преступность превалирует над зарегистрированной в 3–4 раза<sup>1</sup>. Под латентностью в теории понимается преступность, не отраженная в уголовной статистике<sup>2</sup>. К сожалению,

<sup>1</sup> Лунев В.В. Преступность XX века. Мировые, региональные и российские тенденции. Изд. 2-е перераб. и доп. М.: Волтерс Клуверс, 2005. С.300.

<sup>2</sup> См.: Ларин А.М., Леванский В.А., Левин А.М.,

вопрос о латентности преступления “заведомо ложная реклама” не получил должного освещения в отечественной криминологии. Опасность латентной преступности проявляется прежде всего в том, что жертва преступления не выявляется и следовательно не получает необходимой помощи со стороны компетентных органов. Приведенные цифры свидетельствуют о том, что латентная (скрытая) преступность существенно искажает наши представления о ее реальном состоянии, структуре, динамике, тенденциях развития, о величине и характере ущерба. А это в свою очередь не позволяет достоверно прогнозировать тенденции развития преступности в перспективе и соответственно вырабатывать стратегию и тактику борьбы с ней. Также латентная преступность дискредитирует деятельность правоохранительных органов, является причиной недоверия граждан в способность государственной власти гарантировать их безопасность, создать благоприятные условия для реализации конституционных прав и свобод, эффективно вести борьбу с преступностью, обеспечить неотвратимость ответственности лиц, виновных в совершении преступления.

Латентность преступления “Заведомо ложная реклама”, как и латентная преступность в целом, оказывает негативное воздействие на экономику страны, сдерживает развитие внешнеэкономических связей, поступление иностранных инвестиций. В связи с этим, большое практическое значение имеет выработка научно-обоснованной методики выявления преступления “заведомо ложная реклама”, изучение факторов, вызывающих его латентность, мер профилактики и предупреждения этого преступления.

Храмцова И.В., Якимович Э.И. Исследование латентной преступности. В кн.: Проблемы советского государства и права. Вып. 11–12. Иркутск, 1975. С. 71.