

ФОРМИ КРИМІНОГЕННИХ ВПЛИВІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

ПАХНІН Микола Леонідович - кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри кримінального права та кримінології факультету № 6
Харківського національного університету внутрішніх справ

УДК 343.9

DOI 10.32782/NP.2022.2.20

На основі аналізу різноманітних доктринальних кримінологічних позицій та сучасної судової практики, враховуючи такий критерій, як «зловживання свободою слова», виявлено та обґрунтовано різні форми криміногенного впливу ЗМІ на свідомість окремої особи чи групи людей.

Зазначається, що форми криміногенного впливу ЗМІ на свідомість особи чи групи людей ні в якому разі не слід ототожнювати з видами таких впливів або замінювати їх останніми.

Форми криміногенного впливу ЗМІ можуть бути представлені: 1) групою форм, заборонених кримінальним законодавством та караних або забезпечених іншими некаральними кримінально-правовими санкціями (виконання ЗМІ ролі засобів вчинення окремих кримінальних правопорушень, передбачених Особливою частиною Кримінального кодексу України, а також випадки вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ в інтересах та від імені юридичних осіб ЗМІ деяких кримінальних правопорушень, передбачених ст. 109, ст. ст. 110, 301, 301-1, 301-2, 343, 345, 376, 377, 436, 437, 447 КК України, або випадками вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ від імені юридичної особи ЗМІ кримінального правопорушення, передбаченого ст. 258-2 КК України; 2) група форм, заборонених законом, але не караних або не забезпечених іншими кримінальними санкціями. До них належать: а) фальсифікація (перекручення) суспільно

важливої інформації; б) поширення неперевірених даних у вигляді достовірних повідомлень; в) дискредитація окремих осіб та організацій; г) інформування про способи та способи вчинення кримінальних правопорушень, зокрема розповсюдження інформації про шляхи, способи виготовлення, застосування вибухових пристроїв або речовин, наркотичних засобів, психотропних речовин та їх прекурсорів; 3) група форм, що порушують професійно-етичні стандарти. Цю групу можна представити такими методами впливу, як: а) використання ненормативної лексики; б) створення конфліктних ситуацій; в) романтизація злочинності та кримінальних правопорушень, а також ушляхення осіб, які вчинили кримінальні правопорушення (створення та розвиток кримінальної субкультури); г) реклама алкогольних або тютюнових виробів та грального бізнесу; д) формування негативної думки про державу, у тому числі правоохоронні органи, суди та їх посадових осіб; д) пропаганда жорстокості, сцен насильства, порнографії.

Ключові слова: форма, криміногенний вплив, джінси, пропаганда, маніпуляція.

Постановка проблеми

Протягом останніх десятиліть вплив засобів масової інформації (далі – ЗМІ) на всі сфери суспільних відносин набув якісно нових виразів: суспільство стало інформаційним та всі його члени потребують щоденного отримання інформації [7, с. 3]. При цьому

у процесі збирання, оброблення та поширення інформації засоби масової інформації мимоволі, а в певних випадках й умисно, здатні чинити негативний деструктивно-психологічний вплив на свідомість та поведінку особи або групи людей. Такий інформаційно-психологічний вплив здійснюється у численних різноманітних зовнішніх формах, дослідження яких залишається певною мірою вільною зоною наукового пошуку сучасних кримінологів. У зв'язку з цим, аналіз саме цього питання у запропонованій науковій публікації поза всяким сумнівом є цікавим не лише з теоретичної, але і з практичної точки зору.

Аналіз останніх джерел і публікацій

На високому теоретичному рівні проблеми криміногенних впливів ЗМІ на свідомість індивідуально визначеної особи або групи людей знаходилася у сфері уваги низки вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема В. В. Боровикової, П. С. Булатецького, В. І. Галагана, Ю. І. Гололобової, М. О. Д'ячкової, М. О. Мокряк, О. Г. Радзієвської, А. І. Русиняка, Т. Черненко та багатьох інших. Віддаючи належне цінності наукових розробок вказаних авторів, слід разом із тим зазначити, що в контексті дослідження кримінологічного аспекту ЗМІ до кінця не вирішеною залишається проблематика саме форм криміногенних впливів на свідомість та поведінку особи або групи людей.

Формулювання цілей

Мета цієї статті полягає у виокремленні різних форм криміногенних впливів ЗМІ на свідомість особи або групи людей на підставі аналізу доктринальних кримінологічних позицій та наявної судової практики з цієї проблематики.

Виклад основного матеріалу

Аналіз кримінологічної літератури засвідчує, що криміногенний вплив ЗМІ на свідомість локальних або масових аудиторій має чималу низку різноманітних форм, щодо кількості та змісту яких єдність думок відсутня. Так, П. С. Булатецький зазначає, що основними формами медіанасильства, як різновиду криміногенного впливу ЗМІ, є: 1)

інформування про методи і способи вчинення посягань; 2) використання ненормативної лексики; 3) романтизація злочинності та рецидивістів, а також їх героїзація; 4) реклама алкогольної продукції; 5) створення та розвиток кримінальної субкультури; 6) формування негативної думки про державні (правоохоронні) органи та їх посадових осіб, діяльність та систему боротьби зі злочинністю тощо [3, с. 9]. На думку М. О. Д'ячкової, форми криміногенної активності ЗМІ можуть бути представлені: 1) інформуванням про способи, знаряддя, технології вчинення злочину, що потягло за собою вчинення протиправного діяння; 2) пропагандою, підбурюванням або закличками, які містять склад посягання або породжують злочинність; 3) використанням ЗМІ як інформаційного забезпечення злочинності або «знаряддя» злочину; 4) самовідтворення злочинності завдяки злочинам, які вчиняються проти ЗМІ [8, с. 102-110].

Аналіз уже наведених наукових позицій дозволяє говорити про те, що в кримінологічній літературі не існує будь-якої більш-менш універсальної репрезентації форм криміногенного впливу ЗМІ на особистість чи групу осіб. Тут доречно зазначити, що форми криміногенних впливів ЗМІ доречно відрізнити від видів таких впливів ЗМІ. Їх не слід ототожнювати або більше того підміняти один іншим. Річ у тім, що в академічних тлумачних словниках української мови під терміном «форма» розуміється спосіб існування змісту, його внутрішня структура, організація та зовнішній вираз. Натомість під терміном «вид» – одиничні різновиди, що розкривають багатоманітність змісту форми [1]. У зв'язку з цим, саме в такому розумінні терміна «форма» в подальшому безпосередньо форми криміногенних впливів ЗМІ на особу або групу людей ми будемо виокремлювати та розглядати, виходячи з розповсюджених у сучасних умовах можливостей ЗМІ свідомо або несвідомо зловживати свободою слова. Уявляється, що саме такий критерій може в достатній мірі повно та змістовно їх репрезентувати. Отже, форми умисного або необережного криміногенного впливу вітчизняних ЗМІ на свідомість масових та локальних аудиторій

можна представити такими *трьома формами (групами форм)*: 1) заборонені кримінальним законом та карані чи забезпечені іншими кримінально-правовими санкціями не карального характеру; 2) заборонені законом, але не карані чи не забезпечені іншими кримінально-правовими санкціями; 3) групою форм, що порушують професійні та етичні норми [13, с. 239-250].

Перша група форм криміногенних впливів ЗМІ на свідомість локальних та масових груп представлена випадками виконання ЗМІ ролі засобів вчинення окремих кримінальних правопорушень, зокрема, передбачених ч. 3 ст. 109, ст. ст. 110, 111-1, 161, 162, 168, 176, 182, 231, 258-2, 232, 300, 301, 301-1, 301-2, 343, 344, 345, 345-1, 346, 376, 377, 436, 436-1, 437, 447 КК України. Кримінальний закон у ряді випадків наділяє ЗМІ якостями основних або додаткових ознак складів окремих кримінальних посягань. У подібних випадках використання ЗМІ полегшує їх вчинення або сприяє заподіяння більш значної шкоди охоронюваним кримінальним законом суспільним відносинам [2, с. 34-35]. Крім того, ця група криміногенних впливів ЗМІ може бути представлена й випадками вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ *в інтересах та від імені* юридичних осіб ЗМІ деяких кримінальних правопорушень, передбачених ст. 109, ст. ст. 110, 301, 301-1, 301-2, 343, 345, 376, 377, 436, 437, 447 КК України, або випадками вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ *від імені* юридичної особи ЗМІ кримінального правопорушення, передбаченого ст. 258-2 КК України.

Виконання ЗМІ ролі засобів вчинення окремих кримінальних правопорушень яскраво може бути репрезентована низкою прикладів судової практики. Скажімо, О., реалізуючи свій злочинний умисел, з метою доступу до матеріалів (відео,-фотофайлів) дитячої порнографії, використовуючи інформаційно-телекомунікаційні системи та технології, а саме мобільний телефон марки «Huawei P8 lite 2017», який належав йому на праві власності, маючи доступ до всесвітньої мережі Інтернет, у 2021 році, завантажив з всесвітньої мережі Інтернет та умисно зберігав без мети збуту чи розповсюдження на

його внутрішній пам'яті продукцію, а саме – п'ять графічних файлів, які згідно з висновком судової мистецькознавчої експертизи належали до дитячої порнографії [5].

До другої групи форм відносяться проти-правні дії, при вчиненні яких інформаційний вплив ЗМІ може відіграти негативну роль, але через будь-які причини залишається безкарним. До таких форм криміногенних впливів належать: 1) фальсифікація (спотворення) суспільно важливих відомостей; 2) поширення неперевірених даних у вигляді достовірних повідомлень; 3) дискредитація окремих осіб та організацій; 4) інформування про методи та способи вчинення кримінальних правопорушень, зокрема поширення відомостей про способи, методи розробки, виготовлення та використання вибухових пристроїв або речовин, наркотичних засобів, психотропних речовин та їх прекурсорів.

У контексті групи форм, що розглядається, цікавою є така інформація. Так, експерти громадської організації «Інститут масової інформації» повідомляють, що, наприклад, у Дніпрі кожна дев'ята новина є маніпулятивною. Такі підсумки моніторингу «Інфо-крайм Дніпро». Фахівці пів року моніторили новинні стрічки 10 популярних онлайн-ресурсів Дніпра та Кривого Рогу, дописи 9 фейсбук-сторінок місцевих політиків, а також випуски новин на 6 місцевих телеканалах. Загалом проаналізували 33400 повідомлень та 1109 телевізійних сюжетів. Висновок експертів невтішний: 11% дніпровських та криворізьких новин є маніпуляціями або фейками. Загалом під час дослідження виявили 3826 маніпуляцій та 13 фейків. Експерти зауважують, що дуже важливо вміти розпізнавати не тільки відверті фейки, а й маніпуляції. Кількість фейків зменшується, але росте кількість маніпуляцій. Дезінформація стає завуальованою. Дуже часто її маскують під конспірологічні теорії [6].

Щодо, скажімо, інформування про методи і способи вчинення кримінальних правопорушень, то показовим є такий приклад судової практики. Так, 06.04.2011 р., реалізуючи спільний злочинний умисел, О., діючи за попередньою змовою із С., знаходячись за місцем свого проживання, у глобальній

мережі Інтернет знайшли інструкцію з виготовлення вибухового пристрою, для виготовлення ними вибухівки та в подальшому, спільно придбали в торговельних мережах м. Біла Церква Київської області аміачну селітру, алюмінієву пудру, ацетон, пігулки перекису водню, пластикові відра, три мобільні телефони з впаяними проводами, які передбачалися складовими вибухового пристрою. Вказані особи в період часу з 19.00 години по 23.00 годину, за допомогою зазначених складових виготовили три вибухові пристрої, призначені для порушення громадського порядку у м. Києві [4].

Нарешті, *третя група форм* криміногенних впливів ЗМІ може бути представлена такими способами впливів, на що звертають увагу вже цитовані нами окремі дослідники: 1) використання ненормативної лексики; 2) створення конфліктних ситуацій; 3) романтизація злочинності та кримінальних правопорушень, а також героїзація осіб, які вчинили кримінальні правопорушення (створення і розвиток кримінальної субкультури); 4) реклама алкогольної або тютюнової продукції та грального бізнесу; 5) формування негативної думки про державні, у тому числі правоохоронні органи, суди та їх службових осіб; 6) пропаганда жорстокості, сцен насильства, порнографії.

Використання ненормативної лексики. Використання обценної (ненормативної) лексики ЗМІ здійснюється: а) або відкрито (без маскування); причому як умисно, так і через необережність; б) або заувальовано. При цьому, як у першому, так і в другому випадку здійснюється це через схожі за звучанням або написанням слова, або шляхом використання візуальних образів, що викликають у респондентів певні асоціації. Остання форма яскраво представлена відомою сценою відльоту з аеропорту м. Чикаго США з художнього фільму «Брат-2». Загалом цей «вигад», як і низка подібних інших «творинь» окремих російських митців («Бандитський Петербург», «Бригада», «Бумер», «Мама, не журись»), є класичним прикладом пропагування через ЗМІ жорстокості, сцен насильства, расової, національної чи релігійної нетерпимості, у зв'язку з чим, у певній мірі, може одночасно характеризувати й останню

шосту форму, розглядуваної третьої групи форм криміногенного негативного впливу ЗМІ на свідомість індивідуально визначеної особи або групи людей.

Створення конфліктних ситуацій. Багато фахівців, які займаються вивченням проблем засобів масової інформації, зазначають, що зараз ЗМІ стали не лише самі створювати конфліктні ситуації, а й виступати як засіб створення скандалів зацікавленими особами. Інформація мас-медіа відповідно до їх характерних властивостей стає предметом широкого громадського обговорення [13, с. 230-250]. Показовим з цього приводу є приклад створення конфлікту ЗМІ в українсько-угорських відносинах, наведений А. І. Русиняком під час дослідження ним чинників політизації медіаринку. Зокрема, дослідник зазначає, що новину про те, що «новообрані депутати Сюртівської ОТГ на Закарпатті замість Гімну України співали Гімн Угорщини» поширили спочатку місцеві групи у соціальних мережах та сайти новин (Zaxid.Net, «Суспільне мовлення України», «Високий Замок», «Акцент», «Голос Карпат» та ін.), потім центральні ЗМІ («Канал 24», «Громадське Телебачення», «Новое Время», «Главком», «Интерфакс-Україна», «Дзеркало тижня», «Коментарі», «Цензор.НЕТ», «Факти», «Deutsche Welle» тощо), а також російські медіа («Lenta.ru», «RT на русском») і навіть ресурси на тимчасово окупованих територіях («dnr.news»). Згодом за повідомленням у соцмережах та ЗМІ відповідну перевірку почала Служба безпеки України, додатково були спрямовані запити і вимоги від народних депутатів України. При цьому, одразу після інциденту у мережі Інтернет і на місцевих медіаресурсах (переважно угорського спрямування) з'явилося відео, де чоловік у камуфляжі представляється бійцем ДУК «Правий Сектор» і погрожує представникам угорської нацменшини (новину про це поширили сайти «Карпатський об'єктив», «Karpat.in.ua», «Kárpátalja.ma») [11, с. 163-164], що лише засвідчує використання у цьому випадку ЗМІ як засобу створення скандалів зацікавленими особами, не виключено, що з метою погіршення кримінологічної ситуації в регіоні.

Романтизація злочинності та кримінальних правопорушень, а також героїзація осіб, які вчинили кримінальні правопорушення (створення і розвиток кримінальної субкультури). Криміногенний вплив ЗМІ у формі візуалізації через телебачення, кінематограф, інтернет може здійснюватися шляхом пропаганди кримінальної субкультури, яка включає в себе декілька компонентів. По-перше, це формування привабливого образу злочинного світу. По-друге, інформаційне та морально-психологічне забезпечення окремих видів і напрямів злочинної діяльності. По-третє, створення позитивного образу представників злочинних структур і корумпованих представників влади. По-четверте, поширення злочинної ідеології. Ця форма має певну специфіку, так як в основному інтерес до неї виявляють молодь і підлітки. ЗМІ докладно консультують у спеціалізованих розділах щодо злочинських традицій, а також упроваджують злочинський жаргон, кримінальну культуру, вживання нецензурних виразів. Просвітництво подібного роду викликає у суспільства негативний стрес, дезорієнтацію і паніку, з одного боку, і моду на злочинність, виражену в правовому нігілізмі, мовних оборотах, кримінальній етиці, блатній ліриці, що захопила шоу-бізнес, з іншого боку [7, с. 61-63]. З цього приводу спадають на думку такі російські серіали, які нещодавно демонструвалися на національних телеканалах, як: «Життя і пригоди Мішки Япончика (Одного разу в Одесі)», «Шулер» та деякі ін.

Реклама алкогольної, тютюнової продукції та грального бізнесу. Отримання комерційного прибутку за рахунок відкритої чи прихованої реклами (так званої «джинси») є однією з головних цілей «недобросовісних» ЗМІ [11, с. 145].

Аналіз наявної у відкритому публічному просторі інформації, акумулювавши її, дозволяє стверджувати, що своє зовнішнє вираження популяризації алкогольної та тютюнової продукції, а також грального бізнесу здійснюється ЗМІ у формі: 1) інформативної реклами (коли необхідно заманити споживача, створити первинний попит, показати особливості, новизну алкогольної, тютюнової продукції чи грального бізне-

су); 2) реклами, завдяки якій відбувається формування інтересу і переваги до певної марки, скажімо, алкогольної або тютюнової продукції, у зв'язку з певним заохоченням перемикання попиту на конкретний бренд і т. ін. (достатньо згадати ввічливих та чемних рекламних агентів, які, знаходячись біля кіосків з продажу тютюнової продукції, пропонують придбати певний інший бренд цигарок, яким користується покупець, видаючи його за більш модний та водночас менш шкідливий для здоров'я); 3) емоційної реклами (ця форма прагне довести споживачу правильність зробленого їм вибору алкогольної, тютюнової продукції; у цій рекламі часто фігурують задоволені покупці, весела або заспокійлива атмосфера, комічні моменти, спрямовані на формування позитивних емоцій, а на підсвідомому рівні – хорошої думки про товар); 4) нагадувальної реклами, яка вкрай важлива на етапі завершення виробничого циклу певної продукції.

Формування негативної думки про державні, у тому числі правоохоронні органи, суди та їх службових осіб. Формування негативної думки про державні органи, у тому числі правоохоронні органи, суди та їх службових осіб, з одного боку, є логічним наслідком прославлення злочинців та поширення їхньої культури [13, с. 239-250], а з іншого, – цілеспрямованою діяльністю ЗМІ з метою досягнення певних цілей. Експерти Національного інституту стратегічних досліджень зазначають, що резонансні затримання представників правоохоронних органів, підозрюваних у хабарництві, приклади негідного поведіння співробітників МВС, що широко висвітлюються ЗМІ, до й особливо протягом 2009–2014 рр., призвели до формування стійкого негативного стереотипу навколо діяльності правоохоронних органів. Широкого розголосу у суспільстві отримала низка випадків порушення прав людини у процесі досудового слідства, катувань затриманих, які іноді приводили до їх загибелі. Незадовільна оцінка ефективності діяльності правоохоронних органів відбивається на соціально-психологічному стані суспільства, призводить до зростання протестних настроїв [12]. Тут водночас доречно зазначити, що моніторинг сучасного стану

формування негативної думки про державні, у тому числі правоохоронні органи та суди останніх років наближених до 2022 р., дозволяє констатувати тенденцію до певного зниження негативного ставлення суспільства щодо діяльності правоохоронних органів та судів. Зокрема, вітчизняними експертами у сфері масових комунікацій зазначається, що сучасні новини про правоохоронні органи й суди складно назвати збалансованими, адже базуються вони переважно на офіційних повідомленнях та є компліментарними щодо органів влади. Що стосується тональності матеріалів, то 39% новин зі згадками про правоохоронні органи й суди в регіональних онлайн-медіа мали позитивну тональність. Ще 57% згадок були нейтральними, і лише 4% мали негативну конотацію. Найбільше негативних згадок у регіональних онлайн-медіа було про НАБУ: 17% усіх про цю структуру, що можна пояснити систематичними негативними згадками про неї від політиків та матеріалами з ознаками замовності. Найменш негативно висвітлювалися Національна поліція (5% усіх згадок у регіональних медіа про цю структуру), СБУ (5% негативу) та Патрульна поліція (2%). Взагалі не зафіксовано негативних згадок про прокуратуру і ДБР [9].

Пропаганда жорстокості, сцен насильства, порнографії. Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі, пропаганду насильства, жорстокості та порнографії тлумачить як діяльність, спрямовану на розповсюдження демонстрацій активів насильства, жорстокості або продукції порнографічного характеру для впливу на громадську думку, відповідні прояви яких не засуджуються, а видаються за поведінку правильну і таку, яка заслуговує на наслідування, поширення [10]. Як приклад пропаганди, можна навести випадок, коли, за даними Нацради з питань телебачення та радіомовлення України, у 2016 році у мовленні супутникового телеканалу ТОВ «Телемережа «Уніка-ТВ» (логотип «Планета, стилізована літера П») було зафіксовано трансляцію передач, які пропагували винятковість, зверхність або неповноцінність осіб за ознаками їх релігійних переконань, ідеології, належності до тієї чи іншої нації

або раси, фізичного або майнового стану, соціального походження, та здійснення інших вчинків, за якими наступає кримінальна відповідальність [8, с. 103].

Висновки

Підбиваючи підсумок, зазначимо, що форми криміногенних впливів ЗМІ на свідомість людини чи групи людей ні в якому разі не слід ототожнювати з видами таких впливів або підміняти їх останніми.

Форми криміногенних впливів ЗМІ можуть бути репрезентовані:

1) групою форм, що заборонені кримінальним законом та карані чи забезпечені іншими кримінально-правовими санкціями не карального характеру, – представлені випадками виконання ЗМІ ролі засобів вчинення окремих кримінальних правопорушень, передбачених Особливою частиною КК України, а також випадками вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ *в інтересах та від імені* юридичних осіб ЗМІ кримінальних правопорушень, передбачених ст. 109, ст. ст. 110, 301, 301-1, 301-2, 343, 345, 376, 377, 436, 437, 447 КК України, або випадками вчинення уповноваженими особами юридичних осіб ЗМІ *від імені* юридичної особи ЗМІ кримінального правопорушення, передбаченого ст. 258-2 КК України;

2) групою форм, заборонених законом, але не караних чи не забезпечених іншими кримінально-правовими санкціями. До них належать: а) фальсифікація (спотворення) суспільно важливих відомостей; б) поширення неперевірених даних у вигляді достовірних повідомлень; в) дискредитація окремих осіб та організацій; г) інформування про методи та способи вчинення кримінальних правопорушень, зокрема поширення відомостей про способи, методи розробки, виготовлення та використання вибухових пристроїв або речовин, наркотичних засобів, психотропних речовин та їх прекурсорів;

3) групою форм, що порушують професійні та етичні норми. Ця група може бути представлена такими способами впливів, як: а) використання ненормативної лексики; б) створення конфліктних ситуацій; в) романтизація злочинності та кримінальних правопорушень, а також героїзація осіб,

які вчинили кримінальні правопорушення (створення і розвиток кримінальної субкультури); г) реклама алкогольної або тютюнової продукції та грального бізнесу; г) формування негативної думки про державні, у тому числі правоохоронні органи, суди та їх службових осіб; д) пропаганда жорстокості, сцен насильства, порнографії.

Література

1. Академічний тлумачний словник: словник української мови (1970 – 1980). URL: <http://sum.in.ua/s/zvilnjaty> (дата звернення: 03.01.2022).
2. Боровикова В. В. Проблемы освещения преступности в средствах массовой информации и профилактическая деятельность органов внутренних дел : Дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Москов. академ. внутр. дел. Москва, 2002. 225 с.
3. Булатецкий П. С. Влияние средств массовой информации на насильственную преступность (криминологический аспект) : Дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / «Московский университет» МВД РФ. Москва, 2013. 187 с.
4. Вирок Голосіївського районного суду м. Києва від 14.02.2014 у справі № 752/9796/13-к // Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/37255170> (дата звернення: 19.01.2022).
5. Вирок Ленінського районного суду м. Кіровограда від 30.12.2021 у справі № 405/8977/21 // Єдиний державний реєстр судових рішень. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/102343422> (дата звернення: 19.01.2022).
6. Гібридна війна у медіапросторі Дніпропетровщини: як протистояти інформзагрозам // Війна, СБУ, Медіа, регіони / Суспільні новини. URL: <https://suspilne.media/202448-gibridna-vijna-u-mediaprostorii-dnipropetrovsini-akprotistoati-informzagrozam/> (дата звернення: 24.05.2022).
7. Гололобова Ю. И. Средства массовой информации и преступность: криминологический аспект : Дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 / Москов. гос. юрид. акад. Москва, 2003. 164 с.
8. Д'ячкова М. О. Засоби масової інформації як криминологічний феномен : Дис. ... наук. ступ. канд. юрид. наук (доктора філософії) : 12.00.08 / Нац. ун.-т «Одеська юридична академія». Одеса, 2018. 216 с.
9. Правоохоронні органи й судова влада в регіональних медіа висвітлюються незбалансовано – IMI / Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pravoohoronni-organy-i-sudova-vlada-v-regionalnyh-media-yusvidlyuyutsya-nezbalansovano-imi-i38876> (дата звернення: 12.01.2022).
10. Рекомендації визначення ознак віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції порнографічного характеру, продукції еротичного характеру, продукції, що пропагує культ насильства та жорстокості, а також продукції, що пропагує національну та релігійну ворожнечу, неповагу до національних і релігійних святинь та ображає національну гідність : Рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі від 20.04.2010 р. № 3 // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0003623-10#Text> (дата звернення: 23.03.2022).
11. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз : дисс. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» МОН України; Львівський національний університет імені Івана Франка МОН України. Івано-Франківськ, 2021. 257 с.
12. Черненко Т. Громадська думка як чинник ефективності діяльності правоохоронних органів в Україні. Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/gromadska-dumka-yak-chinnik-efektivnosti-diyalnosti> (дата звернення: 12.01.2022).
13. Шоткинов С. А. Сми и преступность: специфика взаимодействия // Идея конституционализма в РФ и за рубежом и практика ее реализации: тезисы Всеросс. науч.-практ. конф. 25-26 апреля 2003 г. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2003. С. 239-250.

**FORMS OF CRIMINOGENIC
INFLUENCES OF MASS MEDIA:
THEORETICAL ASPECT**

Based on the analysis of various doctrinal criminological positions and existing case law, taking into account such criteria as "abuse of freedom of speech", various forms of criminogenic influences of the media on the consciousness of an individual or group of people are identified and based on their own generalized conclusions.

It is noted that the forms of criminogenic influences of the media on the consciousness of a person or group of people should in no way be identified with the types of such influences or replace them with the latter.

Forms of criminogenic influences of the media can be represented: 1) a group of forms prohibited by criminal law and punished or secured by other non-punitive criminal law sanctions - represented by cases of media performance of certain criminal offenses under the Special Part of the Criminal Code of Ukraine, as well as cases of authorized media legal entities in interests and on behalf of legal entities of the media of criminal offenses under Art. 109, art. Art. 110, 301, 301-1, 301-2, 343, 345, 376, 377, 436, 437, 447 of the Criminal Code of Ukraine, or cases of commission by authorized persons of legal

entities of the media on behalf of the legal entity of the media of a criminal offense under Art. 258-2 of the Criminal Code of Ukraine; 2) a group of forms prohibited by law, but not punished or not secured by other criminal sanctions. These include: a) falsification (distortion) of socially important information; b) dissemination of unverified data in the form of reliable messages; c) discrediting individuals and organizations; d) informing about methods and ways of committing criminal offenses, in particular dissemination of information about ways, methods of development, manufacture and use of explosive devices or substances, narcotic drugs, psychotropic substances and their precursors; 3) a group of forms that violate professional and ethical standards. This group can be represented by such methods of influence as: a) the use of profanity; b) the creation of conflict situations; c) romanticization of crime and criminal offenses, as well as glorification of persons who have committed criminal offenses (creation and development of criminal subculture); d) advertising of alcohol or tobacco products and gambling business; e) formation of a negative opinion about state, including law enforcement agencies, courts and their officials; e) propaganda of cruelty, scenes of violence, pornography.

Key words: form, criminogenic influence, jeans, propaganda, manipulation.