

А.В. Мусеев

Калужский государственный университет имени К.Э. Циолковского

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОПАГАНДЫ И РЕКЛАМЫ НАРКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В КИБЕРСРЕДЕ

Киберсреда все чаще становится пространством, в котором совершаются преступления различной направленности. Одним из видов таких преступлений является пропаганда 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, новых потенциально опасных психоактивных веществ (ст. 6.13 КоАП РФ). Для расследования такого преступления возникает потребность в психологических знаниях, что выражается в форме судебно-психологической экспертизы (далее – СПЭ) пропаганды наркотических средств [4].

Объектом СПЭ пропаганды наркотических средств являются изображения листьев, по внешним признакам схожих с листьями конопли, а также иные сопроводительные графические и текстовые элементы, потенциально содержащие психологические признаки пропаганды и/или рекламы. Предметом здесь выступает психологическое содержание изображений [4]. Основной задачей данного вида судебной экспертизы является выявление психологических признаков пропаганды и/или рекламы наркотических средств. Пропаганда

наркотических средств определяется как психологическое воздействие, направленное на группу людей с целью создания или изменения у этой группы установок, мотивов поведения, а также устойчивых свойств личности относительно изготовления, хранения, употребления и/или распространения наркотических средств [1, 2, 4]. Под рекламой наркотических средств понимается психологическое воздействие, направленное на группу людей с целью возникновения у них мотива покупки (приобретения) наркотических средств. Следует отметить, что применяемые методы воздействия в рекламе шире, чем в пропаганде, но цель – гораздо уже [4, 6].

Однако совершение данного преступления в киберсреде (социальные сети, форумы, чаты, онлайн-игры) обуславливает возникновение ряда особенностей пропаганды и рекламы наркотических средств, которые имеют преимущества по сравнению с другими способами оказания воздействия:

- легкий доступ,
- активность,
- групповой характер,
- мультимедийность,
- открытость и обширность,
- анонимность [3, 5].

Учет психологических особенностей пропаганды и рекламы наркотических средств в киберсреде при производстве судебно-психологической экспертизы позволит выполнить экспертные задачи, решение которых способствует расследованию преступлений в сфере незаконного оборота наркотиче-

ских средств и психотропных веществ. Также психологические особенности пропаганды и рекламы наркотических средств в киберсреде обуславливают создание превентивных мер, которые могут осуществляться психологическими службами в образовательных учреждениях.

Литература

1. Кабаченко Т.С. Методы психологического воздействия: учеб. пособие. М.: Педагогическое общество России, 2000. 544 с.

2. Кроз М.В., Ратинова Н.А., Онищенко О.Р. Криминальное психологическое воздействие. М.: Юристинформ, 2008. 200 с.

3. Моисеев А.В. Особенности комплексных судебных экспертиз компьютерных игр с признаками ксенофобии // Психология в Украине и за рубежом: мат-лы международной научно-практ. конф-ции (Чернигов, 8-9 ноября 2013 г.). Херсон: Издательский дом «Гельветика», 2013. С. 44-49.

4. Моисеев А.В., Моисеева И.Г. Методические и методологические основы производства судебно-психологической экспертизы пропаганды наркотических средств // Библиотека криминалиста: научный журнал. 2015. № 4 (21). С. 288-293.

5. Оселков А.А. Электронные информационные сети и влияние материалов экстремистской направленности на аудиторию // Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в рамках реализации государственной молодежной политики: мат-лы научно-практ. конф-ции (Ростов-на-Дону, 12-14 октября 2009 г.). М.: Кредо, 2009. Вып. 1. С. 76-81.

6. Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика. М.: Эксмо, 2008. 368 с.

