



В.Е. Шинкевич,

доктор социологических наук, доцент
(Сибирский юридический институт ФСКН России,
г.Красноярск)

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИЦИИ В КОНТЕКСТЕ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Общественное мнение официально признано одним из основных критериев деятельности полиции [1]. В свою очередь оно во многом формируется не только непосредственным участием органов внутренних дел в решении проблем граждан, сколько под воздействием многочисленных средств массовой информации. Необходимо отметить, что правоохранительная тематика всегда была под пристальным вниманием СМИ. Эта тема наиболее востребована и населением, а значит, с ее помощью издательства, журналисты могут поднять рейтинг периодического издания, радио- и телевизионной передачи, обеспечить его стабильность и относительно высокий уровень.

Не случайно в последнее время средства массовой информации все чаще акцентируют внимание на негативных фактах в деятельности полиции, отдельных сотрудников и целых коллективов. Как следствие, эта проблема в очередной раз актуализировала необходимость дальнейшего совершенствования информационной политики органов внутренних дел, поиск новых информационных форм и методов взаимодействия со средствами массовой информации и общественностью.

Современные реалии не допускают преднамеренного сокрытия проблемных и негативных явлений, имеющих сферу органов внутренних дел, требуют своевременного реагирования на факты нарушения законности, непрофессионализма. А этому необходимо противопоставить широкое освещение профилактической и морально-психологической работы с личным составом, примеров мужества и самоотверженности сотрудников милиции при исполнении служебных обязанностей.

Большое значение здесь имеют как профессионализм сотрудников подразделений по связям с общественностью, так и руководителей органов внутренних дел различных уровней, сотрудников милиции, которым в процессе исполнения своего профессионального долга приходится постоянно взаимодействовать с журналистами, удовлетворяя информационный интерес населения. Как ни парадоксально, но население сегодня больше обращает внимание на криминальные программы, нежели на материалы канала «Культура».

Арсенал средств, форм, методов и возможностей взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации по созданию положительной репутации достаточно широк. Так, например, Главным управлением МВД по Красноярскому краю созданы и функционируют ведомственные средства массовой информации: еженедельная 15-минутная программа «Дзержинского, 18», ежемесячные газеты «Красноярская милиция», «Госавтоинспекция Красноярья»; веб-страница «Зона без опасности», где размещаются материалы профилактической направленности, например: «Если ваш ребенок попал в беду», «Как не стать жертвой мошенничества», а также полезная информация с «телефонами доверия» социальных служб, правоохранительных органов. С целью оперативного распространения сведений и информирования населения о деятельности милиции отделом информации созданы собственные Интернет-сайты органов внутренних дел в ряде крупных муниципальных образованиях края.

При этом каждому сотруднику полиции необходимо четко уяснить, что в отличие от образа института органов внутренних

дел, который складывается в общественном мнении под влиянием разных потоков информации, имидж сотрудника ОВД формируется целенаправленно, с учетом особенностей восприятия данного института населением.

К основным формам взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации специалисты относят [2]:

- информирование СМИ о деятельности органов внутренних дел (как инициативное, так и ответы на запросы представителей СМИ в соответствии с законом «О средствах массовой информации»);

- формирование журналистского пула профессионально пишущих на правоохранительную тематику. С одной стороны, это дает журналистам ряд преимуществ (первоочередное право на получение информации, использование материалов оперативных съемок ОВД), с другой – налагает на них обязанности объективного, нетенденциозного освещения деятельности полиции;

- заключение некоммерческих соглашений с редакциями СМИ. Результативна практика заключения не только долгосрочных, но и разовых соглашений под освещение конкретных знаковых мероприятий;

- использование возможностей средств массовой информации по проведению пропагандистских акций;

- выпуск совместных рубрик, теле- и радиопрограмм. Кроме информационной, они несут правовую и профилактическую нагрузку, информируют население о способах защиты в экстремальных и противоправных ситуациях, ориентируют в источниках правовой помощи;

- проведение «прямых линий» и «прямых эфиров»;

- организацию работы «телефонов доверия» и их использование с целью получения информации о готовящемся или совершенном преступлении. Во время трансляции собственных телевизионных программ либо программ СМИ на правоохранительные темы в газетных рубриках криминальной хроники сообщаются номера и время работы таких телефонов;

- проведение «круглых столов», брифингов [3] по проблемам борьбы с преступностью,

обеспечения общественной и личной безопасности граждан, а также по расследованию уголовных дел, имеющих общественный резонанс. К обсуждению этих проблем приглашаются не только сотрудники милиции, но и представители общественных организаций, ученые, различные заинтересованные лица, в том числе журналисты;

- содействие представителям средств массовой информации при проведении так называемого независимого журналистского расследования;

- использование возможностей Интернета, создание собственного веб-сайта с размещением на нем истории органа внутренних дел, информации о структуре и руководстве органа внутренних дел, новостей, анонса проводимых мероприятий, официальных пресс-релизов, электронных версий собственных печатных изданий, видеоматериалов, информации о лицах, находящихся в розыске, организацией обратной связи с пользователями сайта;

- постоянный мониторинг информационных программ, печатной продукции, выявление оценочных суждений о деятельности органов внутренних дел, своевременное принятие мер по фактам непрофессиональной деятельности сотрудников полиции. В случаях выхода в СМИ статей с необоснованными обвинениями сотрудников органов внутренних дел, с искажениями фактов должностные лица ОВД должны найти возможность встретиться с журналистами и принять участие в подготовке публикаций в тех же средствах массовой информации, где имела место необъективность оценки деятельности милиции. Необходимо работать на опережение подачи информации о нарушениях законности сотрудниками полиции, принимать меры к устранению причин низкого профессионализма.

Это лишь некоторые основные формы и методы работы со средствами массовой информации, апробированные практикой и активно используемые в настоящее время.

Раскрывая проблему формирования имиджа органов внутренних дел с использованием возможностей СМИ, хотелось бы отметить, что отношение представителей органов внутренних дел со средствами

массовой информации представляет собой двусторонний процесс. Игнорирование одним субъектом данного взаимодействия другого неумолимо приводит к взаимной неприязни, необъективности оценки результатов деятельности, чрезмерному предвзятому отношению и неуважению труда, поиску так называемых «жареных фактов», нарушениям законности и норм элементарной порядочности со стороны обеих сторон.

Пониманию важности данной проблемы во многом способствует принятая в МВД России Концепция совершенствования взаимодействия подразделений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации и общественными объединениями на 2009-2014 годы, утвержденная приказом МВД России от 1.01.2009 г. № 1.

Концепцией поставлены задачи по усовершенствованию взаимодействия органов внутренних дел и внутренних войск МВД России со СМИ и общественными объединениями, повышению эффективности деятельности ведомственных СМИ и уровня организационного обеспечения взаимодействия.

Для совершенствования взаимодействия органов внутренних дел и внутренних войск со СМИ рекомендуется, в частности, развивать взаимовыгодное сотрудничество, оперативно реагировать на критику СМИ о недостатках в работе органов внутренних дел, повысить уровень проведения в регионах пресс-конференций, семинаров, активно использовать возможности социальной рекламы, разработать систему взаимного информирования [4].

Реализация положений Концепции, требований приказов позволила выработать в Красноярском крае наиболее эффективные подходы к организации прямой и обратной информационной связи с населением, способствовали оптимальному использованию возможностей СМИ и общественных объединений в интересах оперативно-служебной и служебно-боевой деятельности. С одной стороны, органы внутренних дел предоставляют информацию, по просьбе средств массовой информации создают им режим благоприятствования, так как от этого зависит, насколько объективно об-

щественность будет оценивать эффективность мер, принимаемых сотрудниками ОВД при расследовании преступлений и происшествий, в конечном счете, и государством в области защиты прав и свобод граждан. С другой стороны, средства информации предпринимают шаги для выпуска комментариев и новостей, подготовки тематических программ, рубрик, информационно-аналитического сопровождения событий с участием сотрудников правоохранительных структур и т.п. Взаимное доверие и уважение между органами внутренних дел, руководителями структурных подразделений и журналистами, которые представляют средства массовой информации, являются необходимым условием для формирования и поддержки хороших отношений.

При организации взаимодействия со средствами массовой информации руководителям органов внутренних дел, специалистам по связям с общественностью, сотрудникам, которым пришлось в силу выполнения профессиональных задач давать комментарии представителям СМИ, необходимо уважать неприкосновенность и традиционную свободу прессы, которая в значительной степени определяет значимость средств массовой информации. Однако все это не мешает искать пути сотрудничества с сообществом журналистов, различными СМИ для решения проблем повышения в общественном сознании имиджа как социального института ОВД, так и каждого его сотрудника.

Отечественная практика взаимодействия организаций любого ранга и представителей СМИ изобилует примерами жесткой конфронтации сторон при попытке освещения происходящих событий, имеющих негативное содержание. Журналисты зачастую остаются без видео-, звукозаписывающей аппаратуры, с синяками и ссадинами. Без последствий это «взаимодействие» не проходит и для «обороняющейся стороны». По крайней мере, негатив о действиях сотрудников полиции во всех красках в средствах массовой информации будет обеспечен. А для имиджа ОВД это не самая удачная реклама.

Лучшей политикой в отношении средств массовой информации является доверие

сотрудников полиции к ним. СМИ всегда приветствовали и будут приветствовать любую информацию, отвечающую следующим критериям: приоритетность; близость темы; неординарность фактов; новизна фактов и их своевременность; высокий общественный статус источника информации; масштабность, убедительность новости и ее воздействие.

Повышению имиджа сотрудников органов внутренних дел во многом может способствовать взаимодействие СМИ и их представителей с оперативными подразделениями. Средства массовой информации должны не только осознавать, но и ощущать свою значимость и необходимость для органов внутренних дел, реально видеть, что в их помощи заинтересованы.

Таким образом, рассматривая проблему взаимодействия органов внутренних дел и средств массовой информации, необходимо учитывать, что современные СМИ как социальные институты, функционирующие в сфере информирования, развлечения, формирования общественного мнения, коммерческой деятельности, более всего заняты борьбой за своего массового пользователя, за «программные рейтинги» на основе еще недостаточно совершенных правовых и этических норм переходного общества. События 2008 г. в Южной Осетии и Абхазии, связанные с вооруженным конфликтом, развязанным политическим

руководством Грузии, освещение трагических событий весны 2009 г. с участием сотрудника органов внутренних дел в микрорайоне Царицино г. Москвы, безответственные «громкие» заявления в СМИ отдельных милиционеров Новороссийска, Москвы, Перми наглядно показали реальные возможности информационного воздействия СМИ на формирование общественного мнения, а самое главное – они актуализировали проблему необходимости расширения доверительного взаимодействия силовых институтов со средствами массовой информации, сети ведомственных и совместных правовых программ, рубрик, периодических изданий и пр. Руководители всех структурных подразделений органов внутренних дел, специалисты по связям со СМИ сегодня должны четко представлять, что современные средства массовой информации не только передают информацию, определенные сообщения, но и активно влияют на индивидуальное и общественное сознание, способствуют оптимизации социальных отношений, информационно обеспечивают безопасность общества.

Человек не должен чувствовать себя безнаказанным за свои противоправные действия, но он должен знать, что не будет унижен сотрудником милиции, что всегда в подразделениях ОВД найдет законную правовую защиту от преступных посягательств.

ЛИТЕРАТУРА

1. См. О полиции: Федеральный закон от 07.02.2011 г., №3-ФЗ. Ст. 9. п.6.
2. См.: Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. 2-е изд., доп. и перераб. М.: Аспект Пресс, 2008. 302 с.
3. См.: Организация взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации по повышению имиджа сотрудника ОВД: методические рекомендации / отв. ред. В.Е.Шинкевич. Красноярск: СибЮИ МВД России, 2009. 47с.
4. Об утверждении Концепции совершенствования взаимодействия подразделений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации и общественными объединениями на 2009-2014 годы: приказ МВД РФ от 01.01.2009 г. № 1 // Электронный ресурс.. Правовая информационная система «Гарант». Доступ локальный.