

ВЗАЄМОДІЯ ПОЛІЦІЇ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У СФЕРІ ПРОТИДІЇ НАРКОЗЛОЧИННОСТІ

Abstract. The **purpose** of the paper is to examine role of mass media in combatting drug addiction and drug related crimes, together with the problems, existing in cooperation between mass media and police and ways to overcome them. **Results** of the study allows us to draw several conclusions. Firstly, there exist serious problems in cooperation between police and mass media, stemming from mutual distrust, frequent interest of the latter in sensational news rather than in informing the public about problems of law enforcement, including drug-related problems, certain bias towards the police in media etc. Secondly, our study of the foreign practices that there are successful models of cooperation in the mass media sphere, involving a wide variety of stakeholders, including not only police and mass media themselves, but also representatives of business, NGOs etc. Practices used in such countries as the United States, the United Kingdom and Germany show that such models are based on the common understanding of all partners involved of the necessity to build partnership in order to combat social problems, including drug-related crimes. Finally, we considered role of the Departments of Public Relations of the police in establishing viable relations with mass media, including providing mass media with the police perspective on current issues, including drug-related situation, organization of information activities etc. **Practical implications** of the study lie in the recommendations for the police in organizing their cooperation with the mass media in order to counteract drug-related crimes. Its main aim is to provide the public with the well-researched, objective, full and reliable information on the dangers of drug consumption, on the drug-related situation in the country. **Value/originality.** The paper provides practical advices for the police service to set up viable relations with the mass media in the sphere of drug-related crimes counteraction. Additionally, it provides basis for the further research of the issues of police-mass media cooperation, in counteracting drug-related crimes in particular and in prevention of antisocial and

criminal behavior in general.

Keywords: police, mass media, information campaigns, drug-related crimes, drug consumption

Анотація. У статті розглянуті проблеми, пов'язані із взаємодією поліції із засобами масової інформації у сфері протидії наркозлочинності, передусім – відсутність партнерських відносин, взаємна недовіра, нестача спільного бачення роботи у даній сфері. Проаналізовано закордонний досвід взаємодії засобів масової інформації з правоохоронними органами. Розглянуто роль відділів зв'язків з громадськістю у співпраці із засобами масової інформації.

Ключові слова: поліція, засоби масової інформації, інформаційні кампанії, наркозлочинність, споживання наркотиків.

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы, связанные с взаимодействием полиции со средствами массовой информации в сфере противодействия наркопреступности, прежде всего - отсутствие партнерских отношений, взаимное недоверие, недостаток общего видения работы в данной сфере. Проанализирован зарубежный опыт взаимодействия средств массовой информации с правоохранительными органами. Рассмотрены роль отделов по связям с общественностью в сотрудничестве со средствами массовой информации.

Ключевые слова: полиция, средства массовой информации, информационные кампании, наркопреступность, употребление наркотиков.

Прийняття Закону України «Про Національну поліцію» зумовило визначення довіри населення як основного критерію оцінки діяльності поліції. У зв'язку із цим, взаємодія із громадськістю набуло великого

значення. Одним із напрямів такої взаємодії є налагодження ефективних, партнерських відносин із засобами масової інформації. При цьому, мова йде не тільки і не стільки про формування позитивного образу поліцейських у ЗМІ, скільки про співпрацю у сфері протидії злочинності та антисоціальним проявам, до яких відноситься і наркотизація населення.

Водночас, протягом останніх років маємо констатувати, що взаємодія між поліцією та ЗМІ в цілому та у сфері протидії наркозлочинам зокрема знаходиться на незадовільному рівні. Висвітлення діяльності поліції у ЗМІ часто відрізняється упередженістю, гонитвою до сенсацій; водночас, існує і суттєва недовіра до ЗМІ з боку поліції, що ще більше перешкоджає налагодженню ефективних партнерських відносин.

Хоча окремі аспекти протидії наркозлочинності висвітлені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як О.М. Бандурки, І.Г. Богатирьова, С.С. Босхолова, М.Г. Вербенського, В.В. Голіни, О.І. Гурова, О.М. Джужі, В.І. Жукова, А.П. Закалюка, В.І. Кнорринга, О.Г. Колба, М.В. Корнієнка, О.М. Костенка, Б.І. Краснова, О.М. Литвака, О.М. Литвинова, А.А. Музики, Ю.В. Орлова, В.М. Плішкіна, А.В. Савченка, С.В. Слінька, Л.І. Спиридонова, В.А. Тимошенко, П.Л. Фріса, О.Н. Ярмиша, Х.П. Ярмакі та інших науковців, роль ЗМІ у цій діяльності не здобула належної уваги.

У зв'язку із цим, визначення ролі засобів масової інформації у протидії наркозлочинності та вивчення проблем взаємодії поліції із засобами масової інформації мають високий ступінь **актуальності**.

Метою дослідження є дослідження ролі засобів масової інформації у сфері протидії наркозлочинності, визначення можливостей співпраці поліції та ЗМІ у даній сфері та ідентифікація проблем, що виникають в межах такої співпраці.

Навіть поверхова оцінка нових рис в діяльності ЗМІ говорить про необхідність у здійсненні співробітництва правоохоронних органів з вітчизняною пресою у справі протидії наркозлочинності. Розглянемо, деякі з них.

Свобода слова. Як відомо, у міру наростання процесу не завжди вдало організованих демократичних перетворень в Україні протягом останніх майже трьох десятиліть вітчизняні ЗМІ нерідко діяли в умовах вседозволеності, а точніше – безконтрольності. Практично повсюдно на друковані сторінки, в ефір і на екран потрапляла будь-яка інформація, починаючи від питань захисту так званих «меншин» і кінчаючи охоронюваними військовими секретами.

Працівники ЗМІ використовували і те, що силові відомства країни в силу відомих громадських і політичних подій були залякані, частково деморалізовані, ослаблені і як наслідок – малоефективні.

Протягом багатьох років «митці» радіо і телебачення зривали всі і всілякі «маски», «розкривали факти», «відновлювали істину», оприлюднюючи різні матеріали. Зрозуміло, в цих умовах відкрився простір для одкровень морально нечистоплотних осіб, виступів мисливців за сенсаціями, «месників», активістів, а найчастіше просто політичних мародерів і кримінальних елементів. У той же час наполегливо замовчувалися такі факти, як, наприклад, історично стійке негативне ставлення суспільства до немедичного прийому наркотиків і наркобізнесу.

Розбрат у пресі та в ефірі призвів до того, що в багатьох шарах нашого суспільства вкоренився страх перед друкованим і звучним словом. Негативне поняття «наркоманія» почало трансформуватися. Преса і книги перетворилися в інструмент етичного терору проти великих груп громадян, серед яких виявилися і співробітники силових структур. Зокрема, фігура міліціонера придбала зловісний вигляд «ката» нещасних наркоманів, незаконно переслідуваних владою.

Період вседозволеності у пресі, поза всяким сумнівом, набрав певну інерцію і міг на якомусь етапі перерости у диктат журналістів, включаючи проблему наркотиків [1, с. 112].

Останнім часом шляхом кадрових перестановок у відомствах, які регулюють роботу преси, та іншими добре продуманими заходами влада

зуміли переломити тенденцію. Крім посилення регламентування зверху вдалося відродити деякі елементи самоцензури та інші способи впливу на ЗМІ.

У міру прийняття законодавчих, регулятивних заходів, а також внаслідок причин політичного, економічного та іншого характеру положення в комунікативних каналах інформації поступово змінюється.

Мабуть, нинішній стан вітчизняних ЗМІ можна було б охарактеризувати, як перехідний. Але доречно зазначити, що багато їх виступів і матеріалів зараз залишаються без будь-якої реакції з боку влади і населення. Дана особливість також не може не враховуватися у взаєминах з пресою.

Проблема доступу до інформації. Як показують результати спеціальних досліджень [2, 3], присвячених проблемі доступу журналістів до інформації, рівень залежності працівників ЗМІ від владних структур в даний час вельми високим. Дані проведеного нами опитування 370 працівників державних, регіональних і місцевих ЗМІ свідчать, що за інформацією до органів виконавчої влади звертаються до 90% журналістів. На особливу увагу заслуговує та обставина, що в правоохоронні органи «за новинами» йдуть більше 70% журналістів.

В цілому працівники преси висловлюють незадоволення співпрацею з владними та силовими структурами. Три чверті з них скаржаться, що стикаються з проблемою доступу до інформації. Найчастіше від кореспондентів приховують фактичні дані, документальні відомості і статистичні матеріали. Як впливає, органи правопорядку України за приховуванням інформації займають друге місце після виконавчої влади. Серед найбільш поширених мотивувань у відмові респонденти називають секретність і заборону керівництва.

Щоб обійти труднощі, журналісти користуються розробленою ними методикою у зборі інформації: переконання в необхідності її оприлюднити, посилення на закони і розпорядження, шантаж (оприлюднення факту

приховування інформації, скарга вищому керівництву і т. д.) [4, с. 128]. Крім того, непоодинокими є випадки, коли журналісти намагаються просто купити інформацію. Зокрема, як відомо автору, великі інформаційні агентства за рахунок високих гонорарів добували цікаві відомості про наркоситуацію в тих чи інших прошарках нашого суспільства. Наприклад, схильність до наркотиків дітей високопоставлених чиновників або їх самих. Резюмуємо, що ситуація з доступом журналістів до інформації відображає загальні реалії нашої дійсності з її всевладдям чиновників і відсутністю навичок правового вирішення конфлікту.

Агітація і пропаганда. Суттєвою особливістю вітчизняних ЗМІ є те, що вони, до речі як і західні, і світових, демонструють явну заангажованість. Це спостерігається напередодні кожної виборчої кампанії, коли буквально вся преса займає єдину позицію на користь однієї кандидатури. До слова, лідери нації ніколи не цурались експлуатувати гасло «ні наркотикам», що тут же було підхоплено пресою.

У цих та інших численних фактах необ'єктивності, кон'юктурності ЗМІ, які, до речі, не приховують їх власники та працівники, відбивається певна інерційність в настроях і навичках представників мас-медіа. Їх професійне виховання і довголітня практика як «колективних пропагандистів і агітаторів» не можуть не проявлятися у поточній роботі. Це, з одного боку, з точки зору принципу свободи слова, як би негативне явище, а з іншого, – у разі активізації співпраці правоохоронних органів з пресою, стане у нагоді, включаючи профілактику наркоманії.

Більше того, очевидно, що переважна більшість журналістів, керівників ЗМІ, а також найбільш авторитетних коментаторів не в змозі різко перебудуватися і змінити свої звички і умонастрої. Для цього, як відомо, необхідна зміна поколінь. Поки ж ситуація така, що працівники ЗМІ, хоча вони протягом певного періоду і користувалися обстановкою повної свободи, в основній масі безапеляційно сприймають вказівки або рекомендації від владних структур та власників. Що ж стосується їх вміння

розгортати широкі пропагандистські кампанії, включаючи антинаркотичні, то це в наші дні навряд чи можна поставити під сумнів.

Крім того, не можна скидати з рахунків, що в силу певного збігу обставин і з різних причин українські журналісти знаходяться на фінансовому та інформаційному голодному пайку. Про це свідчать їх виступи, а також дані вже згадуваного опитування.

Таким чином, сама по собі активізація співпраці органів правопорядку із засобами масової інформації, у тому числі у сфері протидії наркозлочинності, не може не викликати сприятливої реакції серед журналістів.

Хоча, як підкреслювалося вище, матеріали вітчизняних ЗМІ по наркотематиці дещо відрізняються від кращих світових зразків. Тому в питаннях участі ЗМІ у справах проти незаконного обігу наркотиків було б вельми корисно враховувати міжнародний досвід [5].

В низці країн світу прийнято антинаркотичні програми і вже напрацьовано деякі форми проведення спільно зі ЗМІ широкого спектру заходів проти незаконного вживання та обігу наркотиків, починаючи від пропаганди здорового способу життя і закінчуючи фізичної обороною від наркозлочинців.

У США, в рамках кампанії з попередження наркоманії серед молоді, об'єднуються зусилля лікарів, вихователів, урядових органів усіх рівнів, фахівців у галузі реклами, і все це при самому широкому участі мас-медіа. Що стосується преси, то ставка робиться на виступи в ній досвідчених і авторитетних коментаторів, представників громадськості та артистів, оскільки широко використовуються також суто розважальні теле- і радіопрोगрами [6, с. 66-68].

Вельми показовий досвід конкретної співпраці у Великобританії між урядовими органами, мас-медіа, населенням, представниками громадських інститутів (навчальних, релігійних, професійних і т. д.) і комерційними партнерами. В Англії та Уельсі ділові кола втрачають в результаті злочинної

діяльності, пов'язаної з наркотиками, десятки мільйонів фунтів стерлінгів на рік. Багато добропорядних фірм визнають, що їх клієнтів, службовців і акціонерів найбільше турбує злочинність і страх перед злочинністю. Тому вони готові брати участь шляхом фінансування реалізації антинаркотичних програм, вважаючи це своїм обов'язком як добропорядних корпоративних громадян. Вигоди, які ділові люди не мафіозного табору, отримують з такої участі полягають в тому, що вони завойовують до себе доброзичливе ставлення з боку громадськості і одночасно рекламують свій бізнес. Подібна участь промислових кіл, вважають організатори пропагандистських кампаній у Великобританії, може допомогти краще зрозуміти механізм вирішення проблем, розширити зв'язки і забезпечити більш ефективну і продуктивну роботу [7, с. 56].

Певний досвід поєднання зусиль органів влади, громадськості та преси є також у Канаді, Аргентині, низці країн, що розвиваються. З європейських держав було б, на наш погляд, корисно більш пильну увагу приділити практиці ФРН [8].

Федеральний і земельні уряди цієї країни в центр політики боротьби з наркоманією поставили профілактичні заходи. Збільшивши на початку століття свої асигнування на ці цілі в кілька разів, вони розробили оригінальні програми з урахуванням нової соціальної обстановки в суспільстві і направили основну діяльність на ті соціальні групи населення, які поки не схильні до наркотиків, але є потенційними їх споживачами. Зокрема, на дітей і молодь. При цьому виходили з того, що більшість дітей і молодих людей в принципі відкидають наркотики, тому саме їх обрали в якості прикладів для наслідування.

В ході роботи з'ясувалося, що методи, що мають на меті порушити страх (з тим, щоб відлякати молодь від наркотиків), можуть бути так само неефективними, як і надання детальної інформації про результати їх дії. Вони часто лише збуджують у юнацтва інтерес до наркотиків, оскільки молодь більше схильна до ризику, ніж доросле населення.

Серед використовуваних методів в антинаркотичних кампаніях у ФРН найбільш доцільними вважаються реклама по телебаченню і радіо, телефонна інформація та консультації, інформаційні стенди в торгових центрах, реклама в федеральних і регіональних газетах і журналах, плакати, стаціонарні та пересувні виставки.

Практика показала, що ЗМІ ФРН беруть участь в заходах з ентузіазмом, однак вони все ж грішать схильністю до сенсаційності і тим самим одночасно наносять подібним кампаніям певну шкоду.

Необхідно відзначити, що у ФРН в основу боротьби правоохоронних органів з незаконним обігом наркотиками покладено збір і накопичення інформації, ведення так званих «наркотичних досьє». Це допомагає чітко простежувати діяльність окремих злочинців і незаконних організацій і для проведення чергової кампанії в ЗМІ надавати відповідні матеріали пресі.

Подекуди і в Україні у правоохоронних органів (в даному випадку мова йде переважно про поліцію) із засобами масової інформації також склалася стійка практика ділового співробітництва. У столиці і регіонах в засобах масової інформації є, як правило, виділені працівники для зв'язку з органами правопорядку, які підтримують постійний контакт з підрозділами по зв'язкам з громадськістю і пресою, а також з окремими працівниками органів поліції від керівних до рядових. Вони відвідують офіційні заходи – брифінги, прес-конференції, «круглі столи» і т. п., де отримують ту чи іншу інформацію або роз'яснення.

На сьогодні взаємини «поліція – преса» регулюються, як відомо, наказом Національної поліції України від 04.12.2015 № 145 про затвердження Положення про Департамент комунікації Національної поліції України [9]. Цей наказ покладає функцію по зв'язках із засобами масової інформації на відповідні підрозділи, для її реалізації створені відділи зі зв'язків із засобами масової інформації.

Так, аналіз діяльності Відділу комунікації ГУ НП в Харківській області показав його певну ефективність. Так, наприклад, на сторінках

обласних газет протягом 2016 року було опубліковано понад 600 матеріалів про діяльність органів нацполіції, не рахуючи поточної оперативної інформації і традиційних рубрик «кримінальної хроніки». Разом з тим було виявлено недоліки, властиві взаємодії поліції з пресою. Це певний крен до репортажу про події і майже повна відсутність проблемних матеріалів, глибоких узагальнень, аналізу причин зростання тієї ж наркозлочинності тощо.

Найбільш помітно результати посилення взаємодії органів правопорядку з пресою простежуються у друкованих органах, радіо і на телебаченні. В результаті аналізована тема отримує певне відображення. Наприклад, в якості певного позитивного елемента пропагандистської кампанії можна було б привести виступи у пресі на тему протидії наркозлочинності та боротьби з наркоманією. Низка видань стежать за цією темою періодично. Необхідно відзначити, що працівники поліції, мабуть, відчуваючи внутрішню потребу використовувати в інтересах справи мас-медіа, з власної ініціативи виступають в різних виданнях, по радіо і на телебаченні. Але це не завжди схвально сприймається їх керівниками. Аналогічна ситуація склалась і з виступами ряду наукових співробітників ВНЗ МВС України.

Причини, за якими в Україні на початку 90-х років в низці силових відомств були створені Центри громадських зв'язків, добре відомі. Слід констатувати, що дотепер, але під іншими назвами, вони існують в усіх, без винятку, правоохоронних органах, інших організаціях. До їх завдань входить все, що стосується підтримки зв'язків з громадськістю, у тому числі через засоби масової інформації, а простіше кажучи, здійснення впливу на громадську думку, в нашому випадку – антинаркотичну, у межах своєї компетенції.

Зрозуміло, що діяльність цих служб не є ідеальною, про що і свідчать серйозні нарікання журналістів та інші скарги.

Разом з тим центри громадських зв'язків та аналогічні підрозділи

здатні відігравати чималу, якщо не визначальну роль у справі практичної реалізації антинаркотичних пропагандистських кампаній, як шляхом відповідної роботи з їх учасниками, так і через механізм надання інформації (тематика, дозованість, комплексність і т. д., як необхідні умови).

До недавнього часу переважала думка, що ЦЗГ і їм подібні структури створені виключно для інформаційного забезпечення. Однак істотне ускладнення функцій цього інституту наводить на думку про формування якісно нової його ролі. В останні 3-4 роки відбулося усвідомлення того, в якому суспільстві ми живемо і в яких умовах, а саме: у відкритому інформаційному суспільстві в умовах гібридної агресії. Для відповідей на величезну кількість запитів ззовні самої різної спрямованості з'явилась спеціалізація співробітників ЦЗГ. Як правило, прес-офіцери спеціалізуються на наданні сприяння електронним (телебачення, радіо) і друкованим ЗМІ. З цього факту з очевидністю випливає, що названі центри проводять «інформаційні операції» в інформаційному просторі, що є ні чим іншим, як визнанням того, що правоохоронні органи здійснюють легітимне, але не афішоване керівництво пропагандистськими кампаніями. До слова, як позитив слід відзначити участь Департаменту комунікації МВС та його представництв в регіонах у кампанії «Спорт проти наркотиків» [10].

Узагальнюючи сказане вище, можна дійти висновку, що сьогодні в Україні об'єктивно є широкі можливості для тісної взаємодії правоохоронних та силових структур з пресою у протидії наркозлочинності, боротьбі проти зловживання наркотиками та їх незаконним обігом.

Фундаментом цієї діяльності є останні директивні документи державних і виконавчих органів, практичною основою – напрацювання правоохоронних відомств і преси, у тому числі у результаті діяльності центрів комунікації (ЦЗГ) і їх аналогів на місцях, істотною підмогою – чималий міжнародний досвід і, нарешті, нове антинаркотичне законодавство – Стратегія державної політики щодо наркотиків на період до 2020 року [11]. В цьому документі наголошено на тому, що засоби масової інформації

залучаються до висвітлення питань профілактики наркоманії, алкогольної і тютюнової залежності та інших питань, пов'язаних з обігом наркотиків та формуванням здорового способу життя. Профілактика наркозалежності та запобігання незаконному вживанню наркотиків передбачає такі заходи як взаємодію державних органів та інститутів громадянського суспільства із засобами масової інформації для підвищення рівня обізнаності населення, надання об'єктивної, науково обґрунтованої інформації про небезпеки, пов'язані із вживанням наркотиків, алкоголю та тютюнопалінням; функціонування державної системи правової освіти та постійне об'єктивне інформування населення про наркотичну ситуацію в державі; проведення конкурсів із створення телевізійних програм, публікацій у друкованих засобах масової інформації, художніх творів, сценаріїв фільмів на антинаркотичну тематику, в тому числі із залученням спонсорської допомоги громадських асоціацій та фондів; організацію у засобах масової інформації виступів і звернень фахівців з питань формування та реалізації наркополітики.

Найбільшої ефективності у вирішенні цих питань можна домогтися, спираючись і активно використовуючи можливості засобів масової інформації.

Список використаних джерел:

1. Кудрявцев В. Н. Свобода слова. Москва : Наука, 2006. 200 с.
2. Приступенко Т. О. ЗМІ та влада: право на інформацію. Культура народів Причорномор'я : научный журнал/Крымский научный центр Национальной академии наук и Министерства образования и наук Украины (Симферополь), Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского (Симферополь), Межвузовский Центр «Крым» (Симферополь). Симферополь : Межвузовский Центр «Крым», 2007. № 101. С. 134–142
3. Виневский В. Н. Криминологические аспекты изучения

современных средств массовой информации и их влияние на преступность. Вестник Воронежского института МВД России. 2011. № 4. С. 101-105.

4. Рихтер А. Г. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики : учебное пособие. Москва : Типография «Новости», 2011. 360 с.

5. Кукіна З. О. Міжнародно-правові джерела медіа-права. Часопис Київського університету права. 2011. № 3. С. 296-299.

6. Forbidden drugs. Understanding Drugs and Why People Take Them by Philip Robson. – N. Y.: Oxford University Press Inc., 1998. 245 p.

7. Chatterton Mike and other. Performance indicators for local antidrugs strategies : a preliminary analysis. Crime Detection and prevention series: Paper № 62, Home Office. L., 2005. 84 p.

8. Frankfurter Allgemeine Zeitung. – 1999, February. – S.3-5.

9. Наказ Національної поліції України від 04.12.2015 № 145. URL: <https://www.npu.gov.ua/uk/publish/article/1854459> (дата звернення 02.10.2017).

10. Спорт проти наркотиків. URL: <https://tsn.ua/video/video-novini/sport-proti-narkotikiv.html> (дата звернення 02.10.2017).

11. Стратегія державної політики щодо наркотиків на період до 2020 року. URL: <https://www.medsprava.com.ua/news/287-moz-uspishno-vikonuye-plan-zakhodiv-z-realizatsiyi-strategiyi-derzhavnoyi-politiki-shhodo-narkotikiv> (дата звернення 23.10.2017).