

А. И. Тамбовцев

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Статья посвящена анализу некоторых правовых, организационных и тактических особенностей взаимодействия сотрудников органов внутренних дел со средствами массовой информации в процессе предупреждения преступлений. Выявляются и исследуются объективные и субъективные причины недостаточной эффективности взаимодействия ОВД со СМИ.

Ключевые слова: средства массовой информации, полиция, органы внутренних дел, взаимодействие ОВД со СМИ, предупреждение преступлений, профилактика преступлений.

A. I. Tambovtsev

PECULIARITIES OF INTERACTION BETWEEN INTERNAL AFFAIRS BODIES AND MASS MEDIA IN CRIME PREVENTION

The article represents the analysis of some legal, organizational, and tactical peculiarities of interaction between internal affairs bodies' officials and mass media in crime prevention. The author finds out and studies objective and subjective causes of insufficient efficiency of the interaction between internal affairs bodies and mass media.

Keywords: mass media, police, internal affairs bodies, interaction between internal affairs bodies and mass media, crime prevention.

Привлечение органами внутренних дел (ОВД) средств массовой информации (СМИ, масс-медиа) для оказания воздействия на население является важнейшей составляющей правоохранительной деятельности. Хотя целенаправленное использование СМИ органами внутренних дел — явление сравнительно новое, получившее интенсивное развитие лишь в конце 80-х гг., необходимость и многогранность подобного взаимодействия признана большинством авторов, занимавшихся его исследованием [1]. Как справедливо было отмечено Г. И. Чангули в конце XX в., ОВД уже накопили значительный опыт использования средств массовой информации для привлечения внимания населения к проблемам борьбы с преступностью [2, с. 40]. Актуальность такого взаимодействия в настоящее время возрастает пропорционально темпам развития средств и методов массовой информации. Действительно, посредством радио, телевидения и печатных изданий достаточно эффективно осуществляется формирование позитивного правосознания и законопослушного поведения у населения, создание положительного образа сотрудника ОВД, освещение повседневной деятельности полиции. Принимая во внимание разноплановость подобного взаимодействия, считаем, что вышеперечисленные его аспекты

являются темами отдельных самостоятельных исследований и не входят в предмет нашей работы. Рассмотрим некоторые особенности взаимодействия органов внутренних дел и СМИ в процессе предупреждения преступлений.

Использование потенциала масс-медиа позволяет охватить широкий круг возможных свидетелей и очевидцев, добровольных помощников, волонтеров, являющихся телезрителями, радиослушателями, читателями периодической прессы. Это представляется действительно актуальным в контексте результатов мониторинга, проведенного несколько лет назад в Омской области. В процессе опроса было установлено, что до 48 % респондентов потенциально настроены оказать помощь ОВД в определенных случаях и до 31 % — безоговорочно готовы оказать полиции помощь [3]. Примечательно, что аналогичные данные за 1997 г. были в среднем наполовину меньше [4]. Можно констатировать, что до 79 % граждан психологически готовы оказывать помощь органам внутренних дел и задача последних — целенаправленно и тактически правильно использовать эту готовность, в т. ч. именно через СМИ.

Анализ сообщений и обращений ОВД к населению за последние два года

свидетельствует о том, что в практической деятельности сотрудники ОВД (в основном, оперативных служб) в целом пытаются решить две задачи прикладного значения: установление лиц, совершивших конкретное преступление, и проверка причастности к преступлению определенного подозреваемого. Это полностью соответствует научной позиции А. В. Куражова [5, с. 55], хотя и не касается прямо вопросов профилактики.

А. М. Качур и В. Ю. Фролов ранее указывали на недостаточное (от 1,4 до 6,3 %) использование возможностей СМИ при потенциальной эффективности их применения — 85—100 % [6, с. 43]. Согласно проведенному опросу оперативных сотрудников и следователей причинами этого являются:

- сложность и длительность процедуры — 63 %;
- занятость иными профессиональными функциями — 37 %;
- отсутствие понимания у руководителей СМИ — 7 %;
- негативное отношение сотрудников к представителям СМИ — 4 % [7].

Кроме вышеизложенных причин другие авторы в своих исследованиях приводят и иные доводы, с которыми сложно не согласиться, а именно: недоступность использования отдельных видов СМИ структурными подразделениями ОВД в отдаленных регионах; методическая, организационная и тактическая неразработанность многих аспектов использования средств массовой информации оперативными службами ОВД [8].

Мы полагаем, что ссылки практических работников на отсутствие взаимопонимания с руководителями СМИ являются бесосновательными. Подобные случаи основываются на неудавшихся по различным, как правило, субъективным причинам личных попытках рядовых исполнителей подать объявление или обращение к населению в средства массовой информации. Как показало исследование, в настоящее время абсолютно все УМВД городского и регионального уровня имеют собственные отделы информации и общественных связей, пресс-службы (или специально выделенного сотрудника) с устойчивыми, хорошо налаженными контактами с руководителями и корреспондентами местных журналов, газет и телерадиокомпаний.

Но в то же время, как справедливо отмечают ряд авторов, руководители и работники ОВД,

ответственные за работу по связям с общественностью, нередко не умеют профессионально работать с прессой, а журналисты не обладают необходимыми правовыми знаниями и поверхностно представляют себе работу полиции [9, с. 31].

Кроме вышеизложенных детерминантов малоэффективной работы нами установлены и иные причины. Так, изучение практики освещения в прессе деятельности территориальных органов внутренних дел и личный опыт автора показывают следующее. Сотрудники отделов информации и общественных связей, ответственные за подготовку материалов для СМИ, имея соответствующие специальные знания и подготовку, вопреки своим функциональным обязанностям иногда не самостоятельно подготавливают статьи и очерки по представленным из территориальных подразделений материалам и статистическим данным, а необоснованно возлагают это на представителей территориальных ОВД, имеющих совершенно иные функциональные обязанности и не обладающих необходимыми навыками, а порой временем и желанием для подобной деятельности.

В результате информация, транслируемая населению через СМИ, нередко является отрывочной, некорректной и не имеет должного эффекта воздействия.

Еще одной причиной слабого взаимодействия ОВД со средствами массовой информации является предельно общий, декларативный характер положений приказа МВД России от 17 января 2006 г. № 19 «О деятельности органов внутренних дел по предупреждению преступлений» [10], регламентирующих данное направление деятельности. Приказ предусматривает использование возможностей СМИ в целях информирования населения лишь в самых общих чертах и не обеспечивает правоприменителя детально разработанной процедурой взаимодействия. Вместе с тем «Концепция совершенствования взаимодействия подразделений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации и общественными объединениями на 2009—2014 годы» [11] предусматривает конкретные направления и формы взаимодействия подразделений и сотрудников ОВД всех уровней. Однако данная концепция априори является основополагающим, доктринальным нормативным правовым актом и не должна «размениваться» на регламентацию

прикладных, тактических аспектов деятельности. Таким образом, очевидна необходимость скорейшего приведения в соответствие положений данных ведомственных нормативных правовых актов.

Профилактическая деятельность ОВД немыслима без выявления латентных фактов преступной деятельности, потерпевших или очевидцев, не заявивших о совершенном преступлении. В связи с этим еще одной причиной неудовлетворительного состояния взаимодействия ОВД и СМИ нам представляется запоздалое обращение территориальных органов внутренних дел к населению при работе по выявлению обстоятельств нераскрытых преступлений, латентных фактов, потенциальных очевидцев, добровольцев и пр. Результатом этого является предельно малое количество случаев «обратной связи» — ответной реакции граждан с желанием оказать помощь. В то же время согласно «закону забывания», установленному и экспериментально исследованному Г. Эббингаузом, забывание неосмысленного материала начинается сразу же и в течение 2—3 дней человек забывает до половины всей информации [12, с. 106]. То есть наибольший эффект от использования СМИ может быть достигнут в максимально короткий период с момента совершения преступления или иного освещаемого в средствах массовой информации события, что и должно учитываться при планировании профилактической деятельности и реализовываться в процессе взаимодействия.

Проведенный анализ 79 газетных, 146 телевизионных, 84 радио- и 54 интернет-объявлений о фактах совершения тяжких и особо тяжких преступлений различной направленности выявил некоторые недостатки на исполнительском уровне, по нашему убеждению, негативно влияющие на успех обращения к населению. Результаты нашего исследования наглядно и однозначно подтверждают позицию Ю. П. Дубягина: содержательный уровень исходной информации, касающейся описания некоторых обстоятельств совершения преступлений, причин и условий, подлежащих целевому превентивному воздействию, не отвечает современным требованиям практики как раскрытия, так и предупреждения преступлений [13, с. 73]. Аналогичные выводы в своих исследованиях делает целый ряд авторов. Ими указывается на отсутствие до 80 % сведений о наиболее значимых объективных и субъективных факторах-

детерминантах, нуждающихся в общей, специальной или частной профилактике [14]. В итоге прагматичность и результативность подобного взаимодействия является крайне низкой. По мнению опрошенных сотрудников оперативных, следственных и штабных подразделений, этот недостаток отчасти обусловлен следующими причинами:

- незнанием некоторыми практическими сотрудниками органов внутренних дел и представителей СМИ основных принципов описания внешности, события или предмета — 61 %;

- ограниченным перечнем и примитивизмом терминов, используемых при составлении объявления (обращения) к населению — 58 %;

- формальным отношением исполнителей к составлению объявления (обращения) к населению — 41 %;

- отсутствием либо недостатком сведений об описываемых событиях, лицах, предметах — 34 %.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что недостатки в обращении органов внутренних дел к населению через средства массовой информации обусловлены объективными причинами (отсутствием или нехваткой сведений) лишь отчасти. В основном же респонденты указывают на субъективные причины, касающиеся профессионализма, опыта и мотивации непосредственных исполнителей с обеих сторон. Логичным является вывод о необходимости качественных изменений в профессиональной подготовке представителей органов внутренних дел и средств массовой информации, участвующих во взаимодействии.

Следует отметить, что в газетной заметке или телевизионной передаче должны содержаться точные, легко запоминающиеся, но важные для целей профилактики или раскрытия преступлений сведения [15, с. 64]. Тем не менее в 93 % случаев текст объявления не ориентировал реципиентов информации в обстоятельствах, важных в криминологическом и виктимологическом значении. Фактически объявления носили предельно общий характер и не использовали возможностей активации воспоминаний респондентов, выявления латентных фактов, установления иных обстоятельств, подлежащих превентивному воздействию. Как было верно отмечено А. В. Куражовым, «сообщения, предназначенные для того, чтобы люди узнавали, что, где, когда произошло, не содержат

достаточного количества признаков, характеризующих происшедшее» [16, с. 24]. В данном случае очевиден вывод о том, что объявление, даваемое органами внутренних дел, должно содержать не только информацию общего характера, но и конкретные обстоятельства, в т. ч. время, место и иные событийные ориентиры, описание субъектов и способов их преступных действий.

В контексте данной работы наиболее значимыми представляются сведения о внешних и поведенческих признаках потенциально опасных субъектов, времени, местах и обстоятельствах совершаемых преступлений, лицах, пропавших без вести, или разыскиваемых органами внутренних дел преступниках и т. п.

Представляется интересным также непосредственный способ подачи информации (обращения к населению). Согласно результатам нашего исследования примерное соотношение объявлений в газетах равняется 55 %, по телевидению — 28 % и по радио — 17 %. Фактически можно констатировать слабое использование органами внутренних дел возможности обращения к населению через радио. Однако, как показал опрос, до 85 % владельцев частных автомобилей и водителей городского транспорта являются постоянными слушателями местных радиостанций. Мы считаем, что данное обстоятельство целесообразно использовать при планировании и осуществлении обращения к населению через средства массовой информации. Обращаясь посредством СМИ к указанной довольно значительной аудитории, ОВД тем самым могут задействовать потенциал тех радиослушателей, которые гипотетически большую часть суток могут являться очевидцами происшествий.

Следует признать, что в настоящее время только входит в практику профилактическое оповещение населения о криминогенных процессах посредством социальной рекламы по радио и телевидению, а также наружной рекламы на зданиях, уличных экранах, баннерах, «растяжках», придорожных щитах и т. п. Это давно и успешно используется средствами массовой информации в своих непосредственных, как правило, коммерческих целях и не менее результативно может применяться в целях предупреждения преступности.

Интересным представляется массовый опыт

зарубежной полиции, а также отдельных региональных УМВД России по обращению к населению посредством нанесения тематических рисунков, текстов, объявлений, слоганов в общественном транспорте — на внешних поверхностях и в салонах автобусов, троллейбусов, трамваев и метро, помещениях вокзалов, станций и остановок, а также трансляции аудиообращений профилактического характера посредством различных технических устройств в местах массового скопления людей — супермаркетах, ярмарках, рынках, парках развлечений, стадионах, вокзалах, остановках транспорта и пр.

Положительным примером подобного опыта может служить наблюдаемая автором лично деятельность полиции ряда городов США, а также Москвы и Санкт-Петербурга по обращению к населению посредством размещения в вагонах метро, трамваев, автобусов привлекающих внимание плакатов с описанием признаков готовящегося террористического акта, криминального исчезновения человека, пристрастия лица к употреблению наркотиков и т. п. Очевидно, что реципиентами подаваемой подобным образом информации, имеющей ярко выраженный профилактический характер, становятся все без исключения пассажиры, что следует признать максимально прагматичным.

Подводя итог сказанному, можем сделать следующие выводы.

Непосредственное взаимодействие органов внутренних дел со средствами массовой информации в сфере предупреждения преступлений осложняется отсутствием у сотрудников ОВД нормативно-правовых актов, регламентирующих направления и формы взаимодействия, а также прикладные аспекты организации сотрудничества, что влечет смешение функциональных обязанностей сотрудников территориальных органов и отделов информации и общественных связей.

Обращение (объявление) органов внутренних дел к населению через средства массовой информации не учитывает все возможные формы и средства, отличается запоздалостью, скупостью фактов и однообразием информации и не учитывает особенности целевой аудитории — время, место, средство и форму обращения.

Целесообразно увеличить количество объявлений общепрофилактического и виктимологического характера и обращений органов внутренних дел, транслируемых по местным радиостанциям.

Перспективным представляется размещение социальной рекламы и информации превентивного характера в салонах общественного транспорта, на объектах наружной уличной рекламы, в местах массового скопления людей.

Примечания

1. Лекарь А. Г. Основные направления использования возможностей средств массовой информации в борьбе с преступностью // Правовые знания — в массы. Фрунзе, 1974. С. 248; Рябыкин Ф. К. Проблемы организационного обеспечения применяемых органами внутренних дел средств массовой информации в профилактике преступлений: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 1976; Томин В. Т. Использование средств массовой информации в борьбе с преступностью. Горький, 1976; Дубоносов Е. С. Использование средств массовой информации в деятельности аппаратов по экономическим преступлениям: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: Юрид. ин-т МВД России, 1998; Куражов А. В. Использование средств массовой информации аппаратами уголовного розыска при раскрытии преступлений: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: ВНИИ МВД России, 1995; Удовиченко В. А. Организационно-правовые проблемы использования средств массовой информации в деятельности городских, районных органов внутренних дел: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: Академия МВД СССР, 1980; и др.
2. Чангули Г. И. Некоторые вопросы использования средств массовой информации в ходе расследования уголовных дел // Средства массовой информации и органы внутренних дел: сб. науч. тр. Горький: Горьк. высш. шк. МВД СССР, 1980.
3. Черкасов Р. В. Мнение населения Омской области о милиции и проблемах ее деятельности // Некоторые вопросы совершенствования деятельности органов внутренних дел в современных условиях: сб. тр. адъюнктов и соискателей. М.: ВНИИ МВД России, 2005. С. 142—147.
4. Шандыбин В. Д. Из опыта работы УВД Омской области по укреплению правопорядка // Омский меридиан. М.: Объединенная редакция МВД России, 1997. С. 4, 5.
5. Куражов А. В. О возможностях использования средств массовой информации в решении задач службы уголовного розыска // Вопросы совершенствования деятельности милиции в современных условиях: сб. науч. тр. адъюнктов и соискателей. М.: ВНИИ МВД СССР, 1990.
6. Качур А. М., Фролов В. Ю. Организация розыска лиц, пропавших без вести: учеб. пособие. Омск: Высш. шк. полиции МВД СССР, 1987.
7. В данном случае процентное соотношение может быть более 100, так как респондентам предлагалось выбрать несколько вариантов ответов из предложенных.
8. Дубоносов Е. С. Использование средств массовой информации в деятельности аппаратов по экономическим преступлениям: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: Юрид. ин-т МВД России, 1998; Куражов А. В. Использование средств массовой информации аппаратами уголовного розыска при раскрытии преступлений: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: ВНИИ МВД России, 1995.
9. Комлев Ю. Ю., Толчинский Л. Г., Демидов В. Н. Средства массовой информации в коммуникативной деятельности органов внутренних дел: проблемы теории и практики. М.: ВНИИ МВД России, 2001.
10. О деятельности органов внутренних дел по предупреждению преступлений [Электронный ресурс]: приказ МВД России от 17 января 2006 г. № 19. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
11. Об утверждении Концепции совершенствования взаимодействия подразделений системы Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации и общественными объединениями на 2009—2014 годы [Электронный ресурс]: приказ МВД России от 1 января 2009 г. № 1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
12. Немов Р. С. Психология: словарь-справочник: в 2 ч. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. Ч. 2.
13. Дубягин Ю. П. Руководство по розыску и расследованию неочевидных убийств. М.: БУКВИЦА, 1997.
14. Полукаров Н. А., Новосельцев А. Ю. Установление личности граждан при обнаружении неопознанных трупов: метод. рекомендации. М.: ВНИИ МВД России, 1997. С. 24; Аленин А. П., Дубягин Ю. П., Кузнецов А. А. Использование словесного портрета в розыскной деятельности ОВД: учеб.-практ. пособие. Омск: Юрид. ин-т МВД России, 1996. С. 85.
15. Участие общественности и применение средств массовой информации в розыске преступников и лиц, без вести пропавших // Борьба с преступностью и охрана общественного порядка (из практики работы органов внутренних дел Украинской ССР) / под ред. И. Д. Бондаренко. Киев, 1982.

16. Куражов А. В. Сообщения о преступлениях в средствах массовой информации // Сборник МВД СССР. М., 1990.
© Тамбовцев А. И., 2013