

СЕКЦІЯ 4
АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО ТА АДМІНІСТРАТИВНА
ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛІЦІЇ. ФІНАНСОВЕ ПРАВО.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО

НАУКОВИЙ ГУРТОК
КАФЕДРИ АДМІНІСТРАТИВНОГО ПРАВА І ПРОЦЕСУ
ФАКУЛЬТЕТУ № 3

УДК 351.74

Андрій Андрійович Ховзун,

курсант 3 курсу факультету № 2 ХНУВС

Науковий керівник: канд. юрид. наук, ст. наук. співробітник Завальний М. В.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СПІВПРАЦІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ

Як зазначено у ст. 34 Конституції України «кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір». Право на інформацію, крім Основного закону, передбачене цілою низкою інших законодавчих та підзаконних актів, аналіз яких дає змогу зробити висновок про те, що воно становить самостійне, основне право людини та громадянина, тісно пов'язане з іншими конституційними правами й обов'язками і має базовий, початковий характер для визначення основних напрямків та форм взаємодії державних органів, зокрема і поліції із засобами масової інформації (далі – ЗМІ). Сьогодні ЗМІ перетворилися на один з найбільш впливових посередників між населенням і державними органами, що стало можливим внаслідок їхньої відкритості та оперативності висвітлення фактів. У той же час у сфері взаємодії поліції із ЗМІ існують невирішені проблеми теоретичного, організаційного і правового характеру, у зв'язку з цим виникає необхідність детального розгляду питань про місце та роль ЗМІ у формування громадської думки про діяльність поліції.

Існують різні типи взаємин поліції з незалежними від них ЗМІ. Ці стосунки здебільшого залежать від спрямованості конкретного органу інформації, у зв'язку з чим, вони можуть бути: 1) прихильними до органів поліції, підтримуючи їх діяльність; 2) займати переважно критичну позицію стосовно поліції. Оскільки ЗМІ орієнтуються на різні політичні сили чи угруповання, спираються на певні бізнесові структури, то нерідко спостерігається протистояння представників органів поліції із ЗМІ.

У відносинах із ЗМІ слід мати на увазі, що органи поліції, в першу чергу, зацікавлені у висвітленні позитивних аспектів їх діяльності, у той час як ЗМІ зацікавлені у фактах, на основі яких створюються журналістські матеріали, що можуть приваблювати читачів. До числа факторів, що викликають стійкий, підвищений інтерес журналістів (що виражається у відносно великому обсязі публікацій, повторних публікацій з тих самих подій, прагненні зафіксувати їх динаміку тощо), відносяться суспільна значимість описуваної події, ступінь її сенсаційності та скандальності. При цьому сенсаційність матеріалів є ключовим аспектом у висвітленні тих чи інших подій суб'єктами яких були працівники поліції. У цілому ж журналістів у першу чергу цікавить «читабельність» їх матеріалів, що сприяє підвищенню популярності і тиражу видання, росту популярності й авторитету автора.

Незважаючи на позицію окремих ЗМІ (окремих журналістів) щодо органів поліції, останні не повинні нехтувати співпрацею з ними. Зважаючи на значний вплив ЗМІ на формування громадської думки, кожен орган поліції, кожен його керівник, дбаючи про свій позитивний імідж в очах громадськості, повинні намагатися якнайефективніше використати можливості розповсюдження позитивних відомостей про свою діяльність за допомогою ЗМІ. На жаль, й донині ще недостатньо використовуються ЗМІ для формування позитивної громадської думки про діяльність поліції. Спостерігається недооцінка їх ролі посадовими особами поліції, незнання ними специфіки роботи ЗМІ. З метою удосконалення співпраці із ЗМІ та формування останніми позитивного іміджу поліції пропонуємо такі заходи: усунення негативних факторів в діяльності поліції, що компрометують всю систему в очах громадян; формування єдиної інформаційної політики Національної поліції з метою закріплення в свідомості громадян позитивних стереотипів у ставленні до органів поліції в цілому, та її працівників зокрема; підвищення професіоналізму працівників поліції, забезпечення їх мотивації до сумлінної служби; комплектування органів поліції професіоналами у сфері громадських зв'язків, які повинні бути здатними пояснити громадськості рішення, дії органів поліції та їх окремих працівників, а також пояснити громадську думку керівництву органів поліції; перегляд тематики інформації, яка надається ЗМІ у напрямку зміщення акцентів на матеріали, які зміцнюють впевненість громадянина в особистій безпеці, висвітлення професійних, героїчних та гуманних вчинків працівників поліції.

Одержано 20.04.2017

