впроваджена в усіх обласних ГУ МВС і в МВС України як Інтегрована інформаційно-пошукова система ОВС України. Розробка цієї системи стала технологічною революцією в інформаційних службах ОВС України – переходом від локальних комп'ютерних систем до комп'ютерних мереж і розподіленої обробки даних.

У 2007 році в міських, районних, лінійних органах внутрішніх справ України були створені сектори інформаційних технологій.

У 2011 році Департамент інформаційних технологій реорганізований у Департамент інформаційно-аналітичного забезпечення.

На поточний момент в структурі МВС України функціонує Департамент інформаційних технологій (Директор Департаменту – В. А. Буржинський), в структурі Національної поліції України – Департамент інформаційно-аналітичної підтримки (Начальник Департаменту – підполковник поліції О. С. Клінг), в регіонах в складі ГУ НП в областях і в місті Київі – Управління інформаційно-аналітичної підтримки.

Одержано 10.11.2017

УДК 159.99

Олена Іванівна КУДЕРМІНА,
доктор психологічних наук, доцент,
завідувач кафедри юридичної психології
Національної академії внутрішніх справ

ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ЕФЕКТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПРАЦІВНИКІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ ІЗ ПРЕДСТАВНИКАМИ ЗМІ

Основними передумовами ефективної взаємодії поліцейських та представників ЗМІ, на наш погляд, є наступні:

1. Запровадження моніторингового вивчення оцінки населенням діяльності Національної поліції з метою аналізу очікуваних результатів та загального ставлення окремих, потенційно активних до масових заходів верств населення. Зазначене створює можливості до превентивних заходів інформаційного характеру задля зниження градусу суспільної напруги.

2. Аналіз суспільної думки громадян за матеріалами їхніх звернень до органів державної влади та підрозділів Національної поліції щодо причин і обставин конфліктних ситуацій з представниками окремих підрозділів, тому числі при проведенні масових заходів. Володіння статистичним матеріалом є беззаперечним аргументом в подальшому спілкуванні с представниками ЗМІ.

3. Створення можливостей для доступу представників засобів масової інформації до участі у спеціальних рейдах та комплексних операціях, які проводяться Національною поліцією. Безпосередня участь представників ЗМІ у цих заходів зумовлює виникнення ефектів «приєднання» та деперсоналізації поліцейських.

4. Оперативне стисле інформування про події на упередження виникнення чуток серед населення. Боротьба с чутками складніша, аніж створення тезисного повідомлення. Чутки – це соціально-психологічний феномен, результат групової творчості, при передачі від однієї особи до іншої первісна інформація «спрощується», втрачаються її незрозумілі чи не співзвучні уявленням автора фрагменти. Джерелом чуток є ситуації (предмети, об'єкти, явища), що стосуються чи прямо зачіпають інтереси багатьох осіб або ж викликають суспільний інтерес. За наявності певної невизначеності чи суперечливості у наданій інформації, кожен із авторів «заповнює прогалини» на власний розсуд, відповідно до свого життєвого досвіду, переконань, уподобань та установок.

Загальні рекомендації щодо спілкування працівника Національної поліції з представниками ЗМІ:

1. Спілкування з представниками ЗМІ – це не стихійний процес, його потрібно цілеспрямовано будувати та управляти ним. Це потребує від поліцейського, насамперед,

© Кудерміна О. І., 2017

здійснення низки підготовчих дій, а саме: формування працівником Національної поліції установки на безконфліктне спілкування та формування оптимального емоційного стану (за допомогою методів психологічної мобілізації та саморегуляції); збір та аналіз максимально можливої інформації щодо особливостей стилів спілкування потенційних співрозмовників – представників ЗМІ; моделювання власної поведінки в ситуаціях варіабельності розгортання процесу спілкування тощо.

2. Необхідно пам'ятати, що кожне слово, тон розмови, манера поведінки, вчинки, зовнішній вигляд поліцейського – все знаходиться у фокусі уваги представників ЗМІ.

3. Працівник повинен поводитися стримано, щоб представники ЗМІ відчували його юридичну компетентність, психолого-педагогічний такт, підкреслену доброзичливість і коректність.

4. При спілкуванні з представником ЗМІ необхідно сконцентрувати увагу на суті питання, аналізуючи його психічний стан і те, що, можливо, за цим приховується. Не слід поспішати з запереченнями, перебивати, перш ніж людина закінчить говорити. Зрозумівши суть питання, визначте, чи належить воно до вашої компетенції, і дайте стислу та не двохзначну відповідь.

5. У взаєминах із представниками ЗМІ не слід допускати поверхневості та іронічності. Це викликає протидію, позбавляє психологічного підґрунтя для встановлення психологічного контакту.

6. При спілкуванні з представниками ЗМІ працівнику Національної поліції слід контролювати невербальну поведінку, що у випадку неправильної інтерпретації може провокувати виникнення конфронтації.

7. В процесі спілкування доцільно застосовувати методи психологічного впливу на емоційно-вольову, мотиваційну та інтелектуальну сферу співрозмовника. Наприклад:

– звернення до представника ЗМІ, який не хоче відступати від власної точки зору з «імітацією» розуміння внутрішнього стану опонента: «Я цілком усвідомлюю деякий ступінь вашої настороженості й елементи сумніву, тому що подібна реакція є цілком логічною в даних умовах. Але мені здається, що ми б могли знайти певний взаємовигідний інтерес і пошукати спільні точки дотику»;

– застосування прийому «вибір без вибору»: «Я поважаю ваш час, тому хотів би порадитись, коли нам краще призначити зустріч: у четвер чи у п'ятницю?»; «Де би вам було зручніше зустрітися: у офісі чи у конференц-залі?»; «Я розумію вашу зайнятість, і тому хотів би дізнатися, коли вам краще мені зателефонувати, зранку, чи після обіду?» тощо.

8. Необхідно враховувати наявність чи відсутність психологічних бар'єрів, їх природу, що обумовлює подальшій вибір адекватних шляхів їх подолання.

Психологічні бар'єри можуть полягати у: відмінностях в світогляді, сформованих переконаннях чи упередженнях співбесідника; різному «баченні» ситуації спілкування; викривленні професійних особливостей співрозмовників; статевовікових та гендерних відмінностей; індивідуально-психологічних особливостей учасників взаємодії.

9. Доцільно використовувати в процесі спілкування методи активного слухання (комплекс дій, які демонструють увагу, розуміння, співпереживання того, хто слухає, і відповідно викликають у співрозмовника довіру та стимулюють відвертість). Під час активного слухання працівник Національної поліції повинен демонструвати зацікавленість співрозмовником, розуміння, згоду або схвалення. На вербальному рівні застосовуються заохочувальні репліки «Так, так», «Розумію», «Чи можна докладніше?», «Продовжуйте, продовжуйте. Це цікаво» тощо. Такі слова зменшують напруженість у спілкуванні між малознайомими людьми. До важливих прийомів активного слухання належать: *уточнення, перефразування, резюмування, валідація, емпатія.*

Вищенаведені психологічні рекомендації, безумовне, не є вичерпними. Водночас, вони можуть бути основою для подальшої розробки психологічних передумов ефективної взаємодії поліцейських із представниками ЗМІ.

Одержано 08.11.2017