

УДК 351.745.5

DOI <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2022.2.17>

Шнурко Яна Володимирівна,

завідувачка відділення зв'язків з громадськістю

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ORCID ID: 0000-0002-3017-8614

СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ ПОЛІЦІЇ ТА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

THE SPECIFIC OF INTERACTION BETWEEN THE POLICE AND THE MEDIA: FOREIGN EXPERIENCE AND UKRAINIAN REALITIES

Мета написання наукової статті – на підставі аналізу діяльності поліції зарубіжних держав щодо взаємодії з ЗМІ запропонувати шляхи удосконалення діяльності Національної поліції України у даному напрямку.

Автор зазначає, що в період реформування МВС України у 2014 року найбільшу участь у процесі взяли дві держави – Грузія, як держава, що так само провела реформу поліції незадовго до подій в Україні, та США, як держава-наставниця, помічник та спонсор проведення процесів реформування в Україні. Також підкреслено, що європейським лідером у формуванні демократичних засад в державі являється Великобританія. Тому саме досвід поліції цих держав щодо взаємодії з ЗМІ використано у даній роботі.

Аналізуючи досвід Грузії, автор виділяє спільні з Україною процеси у реформуванні поліції: провідна роль ЗМІ рамках масштабної інформаційно-іміджевої компанії; наближення фігури поліцейського до громадянина; осучаснення поліції; розвиток комунікативних навичок поліцейських. Автор підкреслює переваги соціальних мереж для поліцейських перед традиційними формами ЗМІ: негайність, взаємодія, аудиторія.

Зроблено висновок, що у США робота поліції щодо взаємодії з ЗМІ перебуває на професійній та навіть науковій стадії, адже розробляються стратегії, політика органу поліції у взаємодії з ЗМІ, аналізується аудиторія і відповідним чином видається інформація, виробляються рекомендації щодо спілкування з представниками ЗМІ, а також відбувається підготовка поліцейських до спілкування з журналістами.

Запропоновано дві основні доктрини для української поліції для переходу у спілкуванні з населенням через ЗМІ на професійний рівень: підготовка фахівцями підрозділів зв'язків з громадськістю поліцейських до спілкування з ЗМІ; запровадження спеціального навчального курсу під час здобування освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр», який дозволяє поліцейським обіймати керівні посади, наприклад, «Онлайн-комунікація: нове обличчя громадської безпеки». Наголошено на тому, що, хоча стосунки поліцейських та ЗМІ різко розвинулися в епоху Інтернету та соціальних медіа, особистий контакт із ЗМІ все ще є важливою частиною роботи.

Аналізуючи досвід Великобританії, запропоновано українським поліцейським знаходити можливість проводити консультації з колегами, керівництвом, освітянами, науковцями під час надання відповіді на конкретні питання журналістів, що виходять за межі компетенції поліцейського.

Ключові слова: поліція, засоби масової інформації, повноваження, взаємодія, комунікація, імідж, соціальні мережі.

The purpose of writing a scientific article is to suggest ways to improve the activities of the National Police of Ukraine in this direction on the basis of the analysis of the activities of the police of foreign countries in relation to interaction with the media.

The author notes that during the reform of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine in 2014, two states took the biggest part in the process – Georgia, as a state that also reformed the police shortly before the events in Ukraine, and the United States, as a mentor, assistant and sponsor reform in Ukraine. It was also emphasized that the United Kingdom is the European leader in the formation of democratic principles in the country. Therefore, the experience of the police of these countries in dealing with the media is used in this work.

Analyzing the experience of Georgia, the author highlights the joint processes with Ukraine in police reform: the leading role of the media in a large-scale information and image campaign; approaching the figure of a police officer to a citizen; modernization of the police; development of communication skills of police officers. The author emphasizes the advantages of social networks for police officers over traditional forms of media: immediacy, interaction, audience.

It is concluded that in the USA the work of the police on interaction with the media is at a professional and even scientific stage, as strategies are developed, police policy in interaction with the media, analyze the audience and provide information, make recommendations for communication with the media and police officers are being trained to communicate with journalists.

Two main doctrines have been proposed for the Ukrainian police to move to a professional level in communication with the population through the media: training of police officers in public relations to communicate with the media; introduction

of a special training course for obtaining a master's degree, which allows police officers to hold senior positions, such as "Online Communication: A New Face of Public Safety". It is emphasized that, although police-media relations have developed dramatically in the age of the Internet and social media, personal contact with the media is still an important part of the work.

Analyzing the experience of the United Kingdom, Ukrainian police officers were invited to find opportunities to consult with colleagues, management, educators, scientists while answering specific questions from journalists outside the competence of the police.

Key words: police, mass media, powers, interaction, communication, image, social networks.

Актуальність теми. Інформаційна усвідомленість в умовах теперішніх подій світу та безпосередньо України являється ефективним інструментом для формування ставлення населення до державних органів. Особливо ефективно механізми інформаційного впливу на свідомість громади можна застосовувати з метою підвищення ефективності діяльності силових структур держави, зокрема органів та підрозділів Національної поліції.

Постановка проблеми. Досвід зарубіжних держав, які мають позитивний досвід формування іміджу поліції за рахунок запровадження технологій роботи з населенням держави через засоби масової інформації (далі – ЗМІ), у тому числі соціальні мережі Інтернет, має стимулювати вітчизняних правоохоронців до налагодження тісної співпраці з населенням та використання наданих прогресом ресурсів до створення позитивного іміджу поліції, а також до підвищення ефективності діяльності поліції в цілому.

Стан дослідження проблеми. В Україні взаємодія поліції та громадськості є предметом дослідження багатьох науковців, серед яких ми виділяємо таких: В.Г. Андросюк, О.М. Бандука, В.І. Барко, О.В. Волошина, В.А. Лефтеров, Б.О. Логвиненко, Л.І. Мороз, С.Д. Максименко, В.М. Синьов, О.Ю. Синявська, Х.В. Солнцева та багато інших. Наукові доробки М.Т. Андрійчука, Т.С. Андрійчука, К.Л. Бугайчука, В.П. Булаєва, В.А. Завгороднього, В.В. Литвина, Л.О. Мамчура, Т.В. Мельничука, С.Л. Недова, А.В. Семижона та інших безпосередньо присвячені проблематиці взаємодії підрозділів поліції та засобів масової інформації.

Однак питання імплементації зарубіжного досвіду взаємодії поліції та ЗМІ на загальнодержавному рівні досліджено не було. Тому мета написання наукової статті – на підставі аналізу діяльності поліції зарубіжних держав щодо взаємодії з ЗМІ запропонувати шляхи удосконалення діяльності Національної поліції України у даному напрямку.

Виклад основного матеріалу. В період реформування МВС України у 2014 року найбільшу участь у процесі взяли дві держави – Грузія, як держава, що так само провела реформу поліції незадовго до подій в Україні, та США, як державо-наставниця, помічник та спонсор проведення про-

цесів реформування в Україні. Крім того, варто підкреслити, що європейським лідером у формуванні демократичних засад в державі являється Великобританія. Тому саме досвід поліції цих держав щодо взаємодії з ЗМІ будемо використовувати у даній роботі.

Приклад реформування Грузії був корисний для нашої держави, адже ефективна комунікаційна стратегія в рамках реформи сприяла проведенню ребрендингу країни, сформувавши імідж відкритої, демократичної [1]. Спеціалісти саме цієї держави надавали організаційну та інформаційну підтримку українським правоохоронцям.

Провідною ідеєю реформи поліції України та Грузії була переорієнтація органу виконавчої влади на задоволення потреб громадськості, налагодження взаємодії з населенням, орієнтація на потреби суспільства та діалог з громадою. Однією із форм досягнення такої мети була і залишається ефективна комунікація з ЗМІ.

В першу чергу, слід наголосити на провідній ролі ЗМІ в рамках масштабної інформаційно-іміджевої компанії, які проводили уряди обох держав. Саме через ЗМІ населення дізнавалося про процеси, які відбувалися в лавах поліції: набір та навчання нових поліцейських, подолання корупційної складової в поліції, результати діяльності поліцейських, тощо.

По-друге, відбулося наближення фігури поліцейського до громадянина держави: фотографування з поліцейськими, їх участь у телевізійних програмах, у прайм-тайм запускали спеціально підготовлені проморолики, активне спілкування дітей з поліцейськими через програму шкільний поліцейський, тощо.

По-третє, осучаснення поліції та наближення її до населення відбулося шляхом ведення сторінок у соціальних мережах, як Національної поліції в цілому, так і її структурних підрозділів, а також окремими працівниками, що зміцнило імідж поліції як мобільної, оперативної та сучасної структури. Контент таких сторінок включає щоденні відеорепортажі, прямі ефіри, промовідео, інтерв'ю.

Окремо варто наголосити на тому, що відбувається робота і з негативними коментарями, обговоренням некомфортних тем для поліцейських, тобто відпрацювання навичок комунікації має бути елементом повсякденної роботи поліцейських.

Отже, в обох державах урядовці за допомогою можливостей ЗМІ створювали позитивний імідж відомства як структури, що ефективно вирішує проблеми громадян [1]. Однак Україна та Грузія – не тотожні держави, вони відрізняються зокрема за масштабами території, а отже і кількістю поліцейських, які мають забезпечити правопорядок. Відповідно, якщо в Грузії вдалося повністю замінити особовий склад поліцейських на новообраних, то в Україні показовою стала реформа патрульної поліції у 2015 році та проєкт «Поліцейський офіцер громади» у 2019 році. Відповідно з часом активність підтримання позитивного іміджу поліцейського в Україні знизилася, хоча в Грузії рівень іміджевої роботи перебуває на вищому щаблі. Водночас, позитивні зміни в комунікації поліції України та вітчизняних ЗМІ відбулися, перейшли на новий, більш сучасний рівень, підтримуються та розвиваються дотепер. Прикладами можуть стати використання інформаційних технологій для спілкування з громадянами – додавання функцій ведення офіційних сторінок у соціальних мережах, моніторинг останніх на предмет оцінки громадою діяльності поліції, ведення інформаційних груп у месенджерах, тощо. Якщо на рівні органу або підрозділу такими повноваженнями наділені підрозділи зв'язків з громадськістю, то поліцейський офіцер громади самостійно веде свою офіційну сторінку, групу у месенджері з жителями громади та підтримує з ними постійний діалог.

Такий підхід – орієнтація у спілкуванні поліції з громадою на соціальні мережі – сьогодні є провідним і для поліції США – однієї з найрозвинутіших держав світу та державою, що надала допомогу Україні в реалізації реформи МВС.

Зокрема, міжнародна асоціація начальників поліції (ІАСР) визначає, які саме переваги мають соціальні мережі для поліцейських перед традиційними формами ЗМІ:

– негайність: соціальні медіа дозволяють новинам надходити прямо з джерела в режимі реального часу, тоді як друковані газети повинні чекати наступної публікації, а телевізійні новини мають викликати репортера та команду на місце події;

– взаємодія: хоча більшість традиційних форм спілкування, як правило, односторонні, соціальні медіа полегшують розмови та взаємодію між користувачами;

– аудиторія: додавши соціальні медіа до поєднання каналів зв'язку, правоохоронні органи можуть зв'язатися з аудиторією, яку зазвичай було важко охопити [2].

У США робота поліції щодо взаємодії з ЗМІ перебуває на професійній та навіть науковій стадії, адже розробляються стратегії, політика органу поліції у взаємодії з ЗМІ, аналізується аудиторія і відповідним чином видається інформація, виробляються рекомендації щодо спілкування з представниками ЗМІ, а також відбувається підготовка поліцейських до спілкування з журналістами [2]. Поліцейські навіть користуються послугами професійного ведення сторінок у соціальних мережах [2]. Так, американські фахівці визначають, що мета спілкування правоохоронних органів у соціальних мережах зазвичай відноситься до однієї з наступних категорій: гуманізація відділу та його посадових осіб; надання корисної інформації спільноті; збір інформації від спільноти; спілкування під час кризи; спілкування із ЗМІ [2]. Якщо ми проаналізуємо офіційні сторінки органів та підрозділів Національної поліції України у соціальних мережах, зокрема Facebook, то побачимо, що робота українськими поліцейськими ведеться на досягнення кожної мети, які запропоновані американськими фахівцями.

Наступним кроком для української поліції, на наш погляд, має стати перехід у спілкуванні з населенням через ЗМІ на професійний рівень, що можливо досягти, запровадивши для початку дві основні доктрини:

1. *Підготовка фахівцями підрозділів зв'язків з громадськістю поліцейських до спілкування з ЗМІ.* Така підготовка має включати короткий інструктаж щодо змісту висловлювань з урахуванням інтересів громадян та Національної поліції. Така підготовка має включати знання норм законів України щодо захисту персональних даних, таємниці слідства, забезпечення рівності громадян перед законом незалежно від статі, кольору шкіри, соціального становища, національності, етнічного походження, тощо. Наприклад, якщо говорити про дані жертви злочину, то можна називати її стать, вік, але не ім'я; якщо говорити про опис людини, яку підозрюють та розшукують, не потрібно називати національність людини, соціальний стан, уникати расові висловлювання і таке інше; оприлюднювати імена лише повнолітніх звинувачених осіб, а підозрюваних чи заарештованих – в окремих випадках. Можна включити і інші правила, які варто відповідним чином оформити, наприклад у вигляді пам'ятки, а також відпрацювати з поліцейським приблизні відповіді на питання, які можуть задати представники ЗМІ. Така робота підрозділів зв'язків з громадськістю зробить виступи поліцейських більш законними та екологічними у правовому сенсі.

2. *Запровадження спеціального навчального курсу під час здобування освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр», який дозволяє поліцейським обіймати керівні посади.* Наприклад, в американських навчальних закладах для керівників правоохоронних органів викладають детальний сегмент «Онлайн-комунікація: нове обличчя громадської безпеки», в якому викладаються різні стратегії, які можуть використовувати агенції для ефективного використання онлайн-середовища, включаючи веб-сайти відомств та платформи соціальних мереж [2]. В українських вищих навчальних закладах зі специфічними умовами навчання викладання подібного курсу надасть можливість майбутнім керівникам розуміти важливість взаємодії поліції та ЗМІ, механізми такої взаємодії та сучасні стратегії та можливості електронної комунікації та вищих технологій в діяльності поліції та інші аспекти сучасних комунікативних технологій.

Водночас, хоча стосунки поліцейських та ЗМІ різко розвинулися в епоху Інтернету та соціальних медіа, особистий контакт із ЗМІ все ще є важливою частиною роботи. Побудова партнерських стосунків між поліцейськими та ЗМІ може допомогти органу або підрозділу поліції усвідомити баланс у висвітленні інформації: періодичність висвітлення позитивної інформації про Національну поліцію в цілому, та поліцейських зокрема, а також поточними новинами про злочини та широким спектром складних ситуацій з правоохоронними органами. Саме на цьому наголошують американські експерти [2], а також до такої ідеальної моделі відносин з ЗМІ мають прагнути поліцейські в Україні.

Представники європейської правової школи (Великобританія) виробили навіть ряд ключових принципів взаємодії поліції та ЗМІ: легітимність, законність, неупередженість, конфіденційність та цілісність [3]. Визначені принципи діяльності поліції щодо взаємодії з ЗМІ передбачають її законну діяльність, відповідність визначеним нормативним стандартам, захист суспільних інтересів, під час реалізації поліцейськими повноважень, а також під час комунікації з представниками ЗМІ. Тобто ЗМІ виконують роль громадського контролю за діяльністю поліції, як це проголошено і у Законі України «Про Національну поліцію» [4] та реалізується на теренах нашої держави. Водночас наголошено на відкритості та прозорості (там, де це можливо) діяльності поліції у спілкуванні з ЗМІ. Тобто підтримано стандарти наближення поліції до населення через ЗМІ, яких намагається досягти поліція в Україні.

Крім того, що ЗМІ – важливий важіль громадського контролю у Великобританії, вони відігра-

ють важливу роль у безпосередній правоохоронній діяльності поліції щодо притягнення винних осіб до відповідальності, а також інформування громадськості про роботу поліції [3]. Подібні напрямки взаємодії реалізує і Національна поліція України, що свідчить про високий рівень стратегічної та оперативної взаємодії поліції нашої держави та ЗМІ.

Також варто наголосити на ролі прес-служби поліції Великобританії у взаємодії поліції та ЗМІ. Така служба надає професійні поради та підтримку поліцейським, а також являється спеціалізованим ресурсом поліції у спілкуванні з журналістами, представляючи та відстоюючи інтереси поліції [3], адже ефективна комунікаційна стратегія є критичним аспектом успіху професійної діяльності поліції. У складі територіальних органів та підрозділів Національної поліції України такими комунікаторами та координаторами діяльності поліції та ЗМІ виступають підрозділи зв'язків з громадськістю. Єдино, на чому слід наголосити, то на тому, щоб розвинути функцію вітчизняних підрозділів у напрямку підготовки поліцейських до спілкування з журналістами, про що ми вже зазначали вище, говорячи про досвід поліції США.

Також поліція Великобританії під час взаємодії з ЗМІ може використовувати можливості інших відомчих структур, наприклад, Коледж поліцейського офісу (щодо національних стандартів, політики, керівництва) або прес-служба АСРО (якщо оперативне питання) [3]. Українські поліцейські також мають можливість провести консультації з колегами, керівництвом, освітянами, науковцями під час надання відповіді на конкретні питання журналістів, що виходять за межі компетенції поліцейського. Проте користуються вони таким правом вкрай рідко і частіше просто дають загальну відповідь або відповідають, що питання не належить до їх компетенції. Вважаємо, що досвід зарубіжних колег має активніше використовуватися вітчизняними поліцейськими з метою забезпечення професійного підходу до підтримання зв'язку з громадськістю, забезпечення підняття авторитету правоохоронного органу в цілому в очах громади.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що з урахуванням досвіду провідних демократичних держав світу українські поліцейські під час взаємодії з ЗМІ повинні бути справедливими, точними, відповідальними та своєчасними щодо надання інформації. До ЗМІ та журналістів слід ставитися справедливо та рівноправно. Це означає, що потрапивши в публічне надбання, інформація, опублікована поліцією, має бути доступною для всіх. Для поліції може бути доцільно

працювати з конкретними ЗМІ з певного питання (наприклад, з місцевою газетою, телевізійним каналом, інтернет-виданням, тощо проти місцевої злочинності), але ті самі можливості також мають бути доступним для інших ЗМІ. Поліцейські під час спілкування з представниками ЗМІ або надаючи офіційну інформацію через соціальні мережі повинні використовувати здоровий глузд і завжди чітко розуміти, чому вони це роблять і як це може бути сприйнято громадою.

Правдивість – запорука відкритості та прозорості діяльності всього державного органу, а також демократичного громадянського суспільства. Міцні,

відкриті та прозорі стосунки між поліцією та ЗМІ є життєво важливими в демократичному суспільстві. Негативним прикладом використання інформаційних ресурсів державними органами в сучасному світі є досвід російської федерації, коли ЗМІ використовуються для створення у свідомості громадян реальності, яка не відповідає дійсності, пропагуючи агресію до вільного висловлювання думок та формування негативного ставлення до інакомислення, тощо. Якщо на певний час така політика державних органів дає певний результат, то з часом повернення до реальності громадської свідомості обертається для держави трагічними наслідками.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Коммуникационные решения как способ повышения доверия к полиции. Опыт Грузии. URL: https://www.astanacivilservicehub.org/uploads/case_studies/Case-study_Georgia_HUB_01-2020_FINAL_FIN.pdf
2. Police Media Relations and Social Media Strategies. URL: <https://onlinedegrees.sandiego.edu/police-media-relations-and-social-media/>
3. Guidance on Relationships with the Media. APP Reference Material. College of Policing. 2013. May. 12 p. URL: <https://www.npcc.police.uk/documents/reports/2013/201305-cop-media-rels.pdf>
4. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 № 580-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19#Text> (дата звернення: 02.05.2022)