

Р. П. Сипок

ЗНАЧЕНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ ОБЩЕСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Предметом исследования статьи являются общественные взаимоотношения в современном обществе и влияние СМИ на правосознание населения.

Целью данной статьи является исследование различных способов влияния средств массовой информации на криминальное и антикриминальное сознание граждан в современном обществе.

Использование результатов исследования данной статьи может помочь сотрудникам различных средств СМИ при формировании грамотной политики информирования населения с целью формирования антикриминальной культуры поведения и правовой основы для роста общественного самосознания.

По итогам данной статьи автором сделаны выводы о том, среди наиболее эффективных средств и методов, применяемых современным обществом и государством для подчинения лиц требованиям закона является максимально возможный совокупный уровень правосознания социума.

Так же автором статьи сделан вывод о том, что солидарность населения с проводимыми мероприятиями по предупреждению преступлений, защите законных интересов жертв, несомненно, выступает условием, благоприятствующим этой деятельности. Например, по мнению многих психологов, имеет место суждение о том, что чем полнее современные СМИ удовлетворяют запросы населения, тем шире и устойчивее становятся их взаимосвязи. Причем, совершение многих преступлений порой происходит под влиянием СМИ, которые распространяют информацию с целью повышения рейтинга телепередач или печатных изданий.

Основной ценностью данной статьи является вывод автора о том, что в целях повышения эффективности при реализации уголовной политики со стороны государства крайне важно осуществлять определенное информационное воздействие на население, поскольку самоограничение средств массовой коммуникации, а также информирование населения о предотвращенных или раскрытых преступлениях положительным образом может положительным образом сказаться на формировании общей криминальной ситуации в нашей стране.

Ключевые слова: юриспруденция, преступность, безопасность, защита, безнаказанность, СМИ, правосознание, государство, наказание, воздействие.

Среди наиболее эффективных средств и методов, применяемых обществом и государством для подчинения лиц требованиям закона, является, как это не парадоксально, это не наказание либо угроза его применения, а максимально возможный совокупный уровень правосознания социума. В то же время, в числе основных средств формирования правосознания, были и остаются средства массовой коммуникации. Соответственно сегодня вряд ли кто-либо будет отрицать первостепенную роль современных средств массовой коммуникации, в том числе, применительно к проблеме формирования правосознания населения¹. И хотя

это утверждение можно в полной мере отнести к числу устоявшихся аксиом, вместе с тем, остается немало «белых пятен» относительно того, каким образом следует направлять позитивный потенциал средств массовой информации в нужное обществом русло. Такая проблема имеет, по сути дела, глобальный характер и одним из ее сегментов как раз и является вопрос, вытекающий из названия настоящего параграфа, а именно – достижение эффективности обеспечения общественной безопасности средствами массовой коммуникации.

власть и виктимное поведение//Преступность и власть: Матер. конф. – М.: Российская криминологическая ассоциация, 2000.

¹ См., например: Горшенков Г.Н., Горшенков А.Г. Четвертая

Общество, к сожалению, сталкивается с безнаказанностью субъектов преступлений, их самоуверенностью, агрессивностью, и при этом – своей беспомощностью. Закономерным следствием является причинение вреда охраняемым общественным отношениям, а также нарушение общественного спокойствия, психологического равновесия граждан. Поэтому сведения об оперативной, криминогенной обстановке, мероприятиях по раскрытию и предупреждению преступлений необходимы гражданам для поддержания психологического комфорта².

Как показывают многочисленные исследования, у подавляющего числа граждан основные представления о проявлениях преступности складываются благодаря сообщениям средств массовой информации. В качестве иллюстрации сказанному можно привести данные, полученные фондом «Общественное мнение» в 2006 г. В ходе опроса респондентам был задан один и тот же вопрос: «Приходилось ли Вам сталкиваться с проявлениями преступности, и если да, то при каких обстоятельствах?». После обработки полученных данных выяснилось, что с хулиганством, грабежами, вымогательством и иными формами преступных посягательств непосредственно сами сталкивались лишь 21% опрошенных; узнавали от близких, друзей, знакомых – 39%; получали соответствующую информацию из сообщений СМИ – 99%. Приведенные данные показывают, что преобладающую по объему и убедительности информацию об общественной опасности преступности и фактах противодействия ей, большинство граждан России получают из средств массовой информации. Это обстоятельство повышает требования к четкости, правдивости и своевременности передаваемой СМИ правовой информации. Видимо, любые отклонения от отмеченного уводят граждан от существующих реалий и, в конечном счете, усугубляют указанную проблему. Проявляется это в некоем тренде, когда реагирование каждого в отдельности индивида на различного рода криминальные проявления не ведет, в конечном счете, к устранению причин и условий феномена преступности. Иными словами, речь идет об отсутствии совокупного позитивного эффекта в борьбе с преступностью³.

² См.: Освещение средствами массовой информации деятельности органов внутренних дел: Научно-аналитический обзор. – М.: Омская академия МВД России, 2002. С.4.

³ См., например: Данилова С. И., Корнева Л. С.

Исследование соответствующей проблемы является предметом научных изысканий исследовательских коллективов достаточно часто. В частности, сотрудникам кафедры криминологии и профилактики преступлений Омской академии МВД России в ходе анкетного опроса, проведенного в 2002 году, удалось установить, что при формировании отношения к милиции важно не опосредованное восприятие информации, а непосредственное. В частности, почти половина опрошенных отметили, что их мнение о работе правоохранительных органов складывается на основе личного опыта общения, взаимодействия с ОВД, чуть более четверти указали на наблюдаемые факты деятельности (бездействия) сотрудников правоохранительных органов. Лишь у 25% представление о них складывается на основе сообщений в печати, по телевидению и радио и всего 15% чаще опираются на рассказы знакомых, родственников. Закономерно отразилось и отношение граждан к различным категориям работников. Положительно оценивается деятельность следователей и оперативных уполномоченных. Крайне негативно население относится к сотрудникам ГИБДД и ППС. Промежуточное положение занимают участковые уполномоченные⁴.

Поэтому столь существенное влияние СМИ на правовую действительность подталкивает автора к необходимости системного рассмотрения данной проблемы.

Ранее (в 70-80-е гг. прошлого столетия), как известно, использование СМИ для антикриминальной пропаганды было возведено в ранг государственной политики. Соответствующая работа проводилась повсеместно и целенаправленно и потому эффективно. Об указанном свидетельствует интенсивность функционирования СМИ, выраженная в массовом и достаточно качественном, с антикриминальной точки зрения, выпуске литературы, теле- и радиопрограмм, журналов, художественных и документальных фильмов, ориентированных не только на специалистов, но и на обывателя. В 90-е гг. положение в корне изменилось: практически иссякли источники достоверной правовой информации даже для специалистов (если на федеральном уровне

Совершенствование форм, методов и приемов взаимодействия органов предварительного следствия с периодической печатью, теле- и радиовещанием: Методические рекомендации. – М.: ВНИИ МВД России, 2004. – 12 с.

⁴ Там же.

вопрос этот решается, то получить информацию в регионах было нередко крайне затруднительно)⁵. И хотя в новом тысячелетии ситуация постепенно меняется, в то же время и сегодня можно столкнуться с ситуацией, при которой многие СМИ слабо осознают свою роль в правовой социализации населения, не имеют обоснованной информационной концепции в подаче материала как о преступности, так и о борьбе с ней. Поэтому нередко население получает необъективную информацию как о конкретных фактах преступных посягательств, так и об общих тенденциях преступности. Все отмеченное, так или иначе, оказывает негативные воздействия на поведение граждан⁶.

Как следует из материалов экспертных оценок, для большинства взрослого населения России (67%) главным каналом получения правовой информации на сегодняшний день являются электронные средства массовой коммуникации. В их числе: телевидение, радио, а также Интернет. Напротив, вопреки устоявшемуся мнению о главенствующей роли прессы в формировании общественного мнения, этим каналом информации как приоритетным сегодня пользуются менее 10% населения⁷.

По-прежнему, к числу наиболее рейтинговых относятся такие телевизионные передачи, в которых рассказывается о проблемах борьбы с преступностью, например: «Чистосердечное признание» – 17%; «Человек и закон» – 13%; «Криминал» – 21%, «Совершенно секретно» – 12,8%; «Информация к размышлению» – 9%, «Криминальная Россия» – 15%, «Дорожный патруль» – 10%; «Независимое расследование» – 7%. Среди художественных фильмов лидируют «Улицы разбитых фонарей» – 34%; «Убойная сила» – 33%. Чуть отстают «Каменская» – 20%.

Значительно меньшее число респондентов правовую информацию черпает из радиопередач (около 14%). В то же время, для граждан, проживающих в крупных городах, предпочтение радио, как источ-

нику получения указанной информации, отдается лишь во время управления автотранспортом⁸.

Отмеченное позволяет очертить, хотя и в самых общих чертах, основные каналы СМИ, по которым поступает интересующая граждан правовая информация. Вместе с тем, применительно к проблеме уголовной политики, вопросы об эффективности средств коммуникации остаются «за кадром».

В данном случае можно выделить две основные парадигмы исследований. В первой парадигме, так называемой медиаориентированной или медиацентрированной⁹, основное внимание уделяется проблеме воздействия СМИ на реципиента, то есть на подчинение человека силе воздействия массовой коммуникации. Фактически это направление изучает выполнение массовой коммуникацией ее социальных функций, социального заказа органов государственной власти. Здесь, по существу, изучаются лишь социально-психологические функции массовой коммуникации в отрыве от социальных.

Участвуя в обратной связи, реципиенты, по сути, вносят свои индивидуальные и групповые вклады в поддержание или, наоборот, дестабилизацию системы безопасности прав и свобод.

Интерактивная сторона массовой коммуникации становится особенно значимой именно в условиях густонаселенных районов и крупных городов, когда любой сбой в социальной системе чреват выходом из-под контроля социальной ситуации и продуцированием социальной напряженности и различных внештатных ситуаций.

Как представляется автору, особенно велика роль самих социальных функций. Это и понятно, поскольку именно массовая коммуникация является фактором единения больших социальных групп. Стоящая у власти политическая элита, наделенная специальными полномочиями и обязанностями по поддержанию общественного порядка, благодаря возможности влиять опосредованно или непосредственно на средства массовой информации, имеет в своих руках мощное оружие социально-идеологического воздействия. Поэтому деятельность средств массовой информации выступает важной составной частью информационного обеспечения безопасности прав и свобод.

⁵ Трафимов А.Н. Право и средства массовой информации (из опыта работы избирательных комиссий). – Орел, 1995. С.144.

⁶ Грабильников А.А. Средства массовой информации во второй половине 80-90-х гг. – М., 1995. С.107.

⁷ См.: Общественное мнение о работе правоохранительных органов: Учебное пособие. – М.: АНТЕЙ, 2007. С.68.

⁸ Там же.

⁹ См. подробнее: Пронина Е.Е. Категориальная структура восприятия телевизионных передач: Автореф...канд. дис. – М., 1987.

Исходя из предмета настоящего исследования, следует выделить следующие социальные функции массовой коммуникации:

- социальный контроль над деятельностью органов власти;
- саморегуляция гражданского общества;
- идейно-воспитательная функция;
- способ реализации социальной активности членов общества;
- функция распространения правовой культуры и нравственных устоев общества;
- функция взаимовлияния различных социальных групп;
- распространение знаний о реальном состоянии защищенности прав и свобод как в отдельных регионах, так и в стране в целом;
- формирование общественного мнения.

Здесь же следует обратить внимание на основные направления массовых информационных потоков: а) сверху вниз (от субъектов обеспечения общественной безопасности к различным социальным группам), б) снизу вверх (обратная связь от различных социумов к субъектам обеспечения общественной безопасности, в) по горизонтали (информация социальных групп друг о друге)¹⁰.

Однако массовая коммуникация является средством общения социумов, состоящих из конкретных индивидуумов, наделенных разумом, волей, чувствами, желаниями. Следовательно, реципиенты обладают определенными субъективными психологическими установками, что не может не учитываться при формулировании стратегии уголовной политики в сфере обеспечения общественной безопасности (так как сообщения, передаваемые средствами массовой коммуникации, могут по-разному восприниматься аудиторией).

При анализе особенностей механизма влияния СМИ на поддержание требуемого уровня безопасности прав и свобод человека правомерно говорить о двух рядах функций: социальных и психологических, где адекватный учет психологических функций является необходимой предпосылкой для реализации массовой коммуникацией своих социальных функций.

¹⁰ Солонин А.Ю. Достижение эффективности уголовной политики средствами массовой коммуникации// Вестник РГАЗУ. Выпуск 1: Электронное научное издание.- М.: ФГОУ ВПО РГАЗУ, ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2009. №0420900045\ 0022.

Функция социальной ориентировки опирается на психологическую потребность аудитории в информации для должной ориентировки в мире криминальных явлений. Данная функция наиболее тесно связана с основными социальными функциями массовой коммуникации, прежде всего с функцией информирования, и имеет прямое отношение к процессам социализации, понимаемой в широком смысле как процесс и результат активного усвоения и воспроизводства индивидом социального опыта¹¹. При этом деятельность средств массовой информации неизмеримо расширяет и усложняет непосредственный социальный опыт отдельного индивида или группы, доводя его до восприятия макросоциальных процессов.

Значение функции социальной ориентированности и ее участие в формировании общественного мнения особенно возрастает в напряженных социальных ситуациях, угрожающих правам и свободам.

Применительно к исследуемой нами проблеме, приобретает несомненную значимость функция аффилиации, то есть приобщения к группе, сопричастности с ней. Данная функция влияния средств массовой информации проявляется в виде потребности среднестатистического индивида чувствовать свою приобщенность к одним социумам и отмежевание от других. Удовлетворение данной потребности способно повышать у населения чувство собственной защищенности, уверенности в своих силах и т.д. Важную роль в данном случае играет отнесение индивидом себя к тем или иным значимым для него группам, то есть референтным, мнение которых авторитетно для этого лица по самым различным причинам. Массовая коммуникация создает любому реципиенту практически неограниченные возможности для выбора самых разнообразных референтных групп (положительных и отрицательных), как тех, которые он знает по собственному опыту, так и тех, с которыми он не имеет возможности непосредственно взаимодействовать в реальной жизни. В основе выбора индивида тех или иных референтных групп лежат его взгляды, убеждения, ценностные ориентации. Представляется, что при реализации стратегии уголовной политики в сфере обеспечения общественной безопасности ее субъекты должны полнее использовать возможности

¹¹ См. подробнее: Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1988. С.334.

средств массовой информации в продуцировании эффекта аффилиации. При этом большое внимание необходимо уделять психологическому механизму идентификации реципиентов с членами этих групп. По мнению авторов, при правильном использовании данного эффекта можно создавать дополнительные гарантии обеспечения неприкосновенности прав и свобод.

Таким образом, формирование средствами массовой коммуникации чувства уверенности граждан в гарантированности их прав и свобод, обеспечиваемой органами государственной власти, само по себе способствует развитию здорового чувства собственного достоинства и гражданской ответственности.

Соответственно, говоря о феномене влияния СМИ на антикриминальные настроения граждан, авторы опять-таки не склонны считать возможным выделение некоего «чистого» эффекта. Вполне очевидно, что сознание граждан, как это уже отмечалось ранее, формируется, в том числе, благодаря доминирующим в стране обычаям и традициям, включая семейные, ментальности граждан, исторически сложившимися устоями, и наконец, реально обеспечиваемыми в стране «стандартами» защищенности прав и законных интересов граждан и пр.

Вместе с тем, к настоящему времени уже накоплен значительный багаж сведений, проливающих свет на основные закономерности при формировании сознания и правосознания с использованием средств массовой информации. Поэтому, на взгляд автора, вряд ли органам власти стоит отказываться от использования указанных закономерностей при реализации современных программ борьбы с преступностью.

Известно, что представления людей о социальных явлениях и процессах формируются как под воздействием личного опыта, так и на основе сведений, поступающих из официальных и неофициальных источников. Исследования в области социальной психологии свидетельствуют: чем сложнее воспринять какое-либо явление на основе личного опыта, тем большее значение приобретает информационные каналы, в том числе – средств массовой информации. Поэтому, не стоит сбрасывать со счетов все возрастающее значение информации, передающейся различными СМИ. Ведь именно этим источником пользуется абсолютное большинство населения России, в большинстве своем не отягощенное правовыми знаниями.

Отмеченное, видимо, требует новых подходов в организации сотрудничества правоохранительных органов с представителями средств массовой информации, так как современная криминогенная ситуация настоятельно требует скорректировать сложившийся шаблон передачи правовой информации населению. В данном случае вектор общественного мнения должен быть переведен с конфликта и недоверия на согласие и уважение к закону, и, наконец, понимание задач борьбы с преступностью.

Параметры современной уголовной политики в сфере обеспечения общественной безопасности во многом определяют содержание организационных элементов взаимодействия органов власти с представителями СМИ. К ним следует отнести: согласование функций, целей, интересов; программное, плановое и методическое обеспечение; профессионализм взаимодействующих субъектов¹².

Поскольку речь идет об использовании СМИ в уголовно-политических целях, то очевидными условиями эффективности выступает ряд требований к качеству организации и интенсивности информационного воздействия на сознание реципиентов. Совершенно очевидно, что практически невозможно выделить «чистый» эффект на формирование правосознания именно со стороны средств массовой информации. Как было уже замечено ранее, данный феномен может рассматриваться лишь как комплексное явление.

Вместе с тем, ориентация на целевое предметное формирование правосознания не исключает использования и второстепенных критериев, например, количества сообщений (публикаций) в СМИ, посвященных вопросам борьбы с преступностью; их авторство (компетенция авторов); характер содержания информации, рейтинг соответствующих источников коммуникации и др.

Представляется аксиоматичной идея о том, что в любом случае требуемому уровню правосознания населения способствует поддержание предела социальной терпимости преступности. Отмеченное выступает в качестве одного из существенных факторов механизма «сдержек и противовесов». И чем активнее (по количеству мероприятий, объему информации, охвату аудитории и т.п.) эта деятельность будет осуществляться в регионе и в стране,

¹² См., например: Мельник Г. Mass-media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд. С.-Петерб. ун-та. 1996. С.24.

тем, несомненно, будет выше и эффективность названного механизма.

В настоящей статье автор ставил своей целью определить и классифицировать условия, способствующие эффективности публикаций СМИ, в контексте формирования антикриминальных представлений граждан.

В данном случае можно выделить *три* группы таких условий: 1) условия, позволяющие осуществлять оценку результатов, прогнозирование и коррекцию профилактических воздействия СМИ; 2) условия, обеспечивающие упорядоченность антикриминальной предметной деятельности представителей СМИ; 3) условия, относящиеся к организации и самоорганизации деятельности СМИ.

Видимо, соблюдение указанных условий как раз и ответственно за организационную сторону эффективности СМИ при достижении задач обеспечения общественной безопасности.

Поэтому весьма важна эмоциональная выраженность публикуемых материалов: 42% с яркой позитивной, вызывающей положительные эмоции; 17% – слабой, особых эмоций не вызывающей и 27% – яркой негативной, вызывающей отрицательные эмоции (это соотношение в полной мере отражает и особенности наименования материала). Сообщения, характеризующиеся негативной тенденциозностью, в первую очередь, призваны подорвать престиж органов внутренних дел сообщением истинной, но неблагоприятной информации; кроме того, стремятся убедить в том, что правоохранительные органы не способны защитить честного человека либо же закон не способен наказать преступника¹³.

На первый взгляд количество публикаций, явно вызывающих негативные эмоции, невелико. Но значение их весьма существенно. Обусловлено оно тем влиянием, которое средства массовой информации способны оказывать на сознание людей. В частности, Ж.Тощенко, С.Харченко¹⁴ говорят о возможности так называемого «отложенного взрыва»: граждане не выражают на данный период времени своего несогласия со сложившимися обстоятельствами, загоняя его в свое подсознание; но в определенный момент конкретный факт или случай может привес-

ти к поступкам неконтролируемого поведения. Так, с восприятием подобного рода информации у членов общества накапливается негативизм в отношении к органам внутренних дел. При наличии повода возможно проявление необдуманного, спонтанного чувства озлобленности, недовольства, сопротивления сотрудникам милиции. Аналогом является зависимость между демонстрацией фильмов на криминальную тему и количеством совершаемых преступлений. Эта связь очевидна даже неискушенному в правовых науках человеку. На ее наличие указали 43% респондентов¹⁵.

Психологическая подоплека усугубляется и тем, что лишь 33,6% проанализированных сообщений описывают событие, абстрагируясь от различного рода комментариев и оценочных суждений. 34,7% статей, наряду с изложением явления, содержат собственное мнение корреспондента, не являющегося специалистом в области права и занимающего в данном случае обывательскую позицию. При этом нужно учесть, что основная часть опубликованных сообщений была подготовлена журналистами (55%) и редакционными коллективами (14%) печатного издания; на долю представителей правоохранительных органов пришлось лишь 6,5%. Выявленные особенности изложения материала сопряжены и со стилистическими характеристиками. В основной своей массе информация о деятельности милиции имеет констатирующую (41%), оценивающую (29%) направленность, близкую к разговорной речи и легко воспринимающуюся (27%). При этом, надо отдать должное авторам, сведено к минимуму употребление традиционно грубых слов (их наличие в 2,5% проанализированных статей), юридической терминологии, не понятной широкому кругу читателей (4,4%), профессиональных жаргонных слов (5%). Кому же адресованы эти публикации? 72% сообщений имеют в качестве скрытых и явных адресатов население вообще; десятая часть так или иначе обращена к правоохранительным органам; совсем небольшая доля статей рассчитана на прочтение представителями органов власти и управления, свидетелями преступления, пострадавшими либо потенциальными жертвами.

Вполне очевидными и реальными целями публикаций предстают следующие:

¹³ См.: Освещение средствами массовой информации деятельности органов внутренних дел: Научно-аналитический обзор. – М.: Омская академия МВД России, 2002. С. 7.

¹⁴ Тощенко Ж., Харченко С. Социальное настроение. – М., 1996.

¹⁵ Там же.

- информирование населения о сложившейся уголовно-правовой и криминологической ситуации (43%);
- оказание воздействия на конкретного индивида (5%);
- привлечение внимания к определенной правовой проблеме (26%);
- формирование мнения о правоохранных органах (25%);
- формирование мнения об уровне правовой защиты в обществе (12%);
- призыв к содействию с правоохранными органами (6%);
- правовая помощь гражданам (6%) и т.д.

Сегодня антикриминальный потенциал публикаций СМИ, видимо, должен быть направлен не только на субъекта преступления и его деяние, но и в значительной степени ориентироваться на его жертву. Иными словами, полоса охвата антикриминальной пропаганды должна предусматривать формирование социального заказа на оказание помощи жертве преступления.

Видимо, этим можно объяснить причины, побудившие специалистов в сфере государственной политики борьбы с преступностью, к мнению о необходимости создания в перспективе специализированной государственной службы по поддержанию жертв преступлений, оказанию им социально-психологической, правовой и иной помощи.

Далее следует отметить, что одной из важнейших функций СМИ, применительно к проблеме противодействия преступности, является неофициальный внешний контроль как общественная форма наблюдения и оценки названной выше деятельности. Выражается она в общественном мнении населения, групповом мнении единомышленников, мнении компетентных людей (специалистов) и др. Оценка деятельности субъектов массовой информации может отражаться в письмах, телефонных сообщениях, поступающих в редакцию, в специальных опросах.

Вместе с тем, достаточно мощный потенциал СМИ далеко не всегда используется в позитивном для общества направлении. К сожалению, чаще всего пресса активно питает общественное сознание и настроение угодной обывателю информацией криминально-криминогенного характера. Производится искусственный отбор криминальных событий по критерию обывательского интереса: как правило, о насильственных преступлениях,

жестокости преступников, событиях, в которых главным действующим лицом выступает преступник. Фотографии «выдающихся» преступников публикуются в СМИ, кажется чаще, чем сотрудников правоохранительных органов.

Криминальная хроника пестрит сообщениями о фактах заказных убийств; бандитских разборках; террористических актах; пойманных серийных убийцах; убийцах-каннибалах, съевших свою жертву, и пр. В то же время лица, ставшие жертвой преступления, претерпевающие унижение и угрозы и соответственно нуждающиеся в защите, остаются без внимания, «тонут» в этом потоке сенсационной, зачастую – отвратительной, циничной по отношению к жертве информации, которая, кстати, искажает истинную картину преступности.

В поисках «подходящих» сообщений участвуют в равной мере и журналисты, и сотрудники пресс-службы правоохранительных органов.

Например, при анализе и критической оценке негативной роли потерпевшего в механизме преступления «центр тяжести» критики переносится с поступка на личность. В результате жертва преступления претерпевает дополнительный вред, который усиливается общественным мнением (осуждением), порицающим жертву и причисляющим ее к числу отверженных¹⁶ и т.д.

¹⁶ Путем принятия отдельных ведомственных подзаконных актов власти стараются изжить такого рода практику. Применительно к системе органов внутренних дел это, например, прослеживается при контент-анализе ряда приказов, в частности: Приказ МВД России от 26 октября 2001 г. №943, утвердивший Положение об Управлении информации, региональных и общественных связей Министерства внутренних дел Российской Федерации (в ред. приказа МВД России от 22 марта 2003 г. №183); Приказ МВД России от 5 апреля 2002 г. №324 «Об организации работы подразделений информации, региональных и общественных связей главных управлений МВД России по федеральным округам, подразделений информации и общественных связей МВД, ГУВД, УВД субъектов Российской Федерации, УВДТ, УВД (ОВД) ГУВДРО СОБ МВД России» (в ред. приказа МВД России от 22 марта 2003 г. №183); Приказ МВД России от 22 марта 2003 г. №183 «О дополнительных мерах по совершенствованию информационного обеспечения деятельности МВД России»; Приказ МВД России от 13 сентября 2001 г. №812 «Об Общественном совете при Министерстве внутренних дел Российской Федерации»; Приказ МВД России от 4 июня 1997 г. №337 «О мерах по совершенствованию организации изучения общественного мнения о деятельности органов внутренних дел», утвердивший Инструкцию о порядке изучения общественного мнения о деятельности органов

Всеотмеченное указывает на то, что для отечественных средств массовой информации характерно манипулирование информацией, что во многом обусловлено коммерческими и политическими интересами владельцев указанных средств коммуникаций. Массовая пропаганда страха, неверия в собственные силы, насилия над идеалами создают у людей ощущение нестабильности жизни, атмосферу вседозволенности и безнаказанности, списание правонарушений на обстоятельства. А это настраивает жертву на смирение, на положение униженного и бесправного.

Игнорирование принципа объективности при информировании широких слоев населения о криминальной ситуации, зачастую, приводит к противоположному результату: искаженная информация искажает и целевой результат.

В современных условиях реформирования российского общества от этого не могут быть свободны и институты массовой информации. Зачастую, преследуя коммерческие цели (выгодно продать массово-информационную продукцию), субъекты массовой информации злоупотребляют сенсационностью сообщений. Особенно это чревато последствиями, прежде всего, для жертвы преступления, по которому ведется расследование. Представляется, что критериями виктимологической целесообразности опубликования (или воздержания от публикации) в СМИ сведений, относящихся к жертве, следует считать: а) приоритет прав и законных интересов жертвы; б) ее личную безопасность; в) непричинение ей дополнительного вреда; г) наряду с этим – необходимость опубликования некоторых сведений о жертве, исходя из общественных интересов, интересов следствия и др.

Так, методом агитации реальных жертв краж можно значительно увеличить поток соответствующих обращений (заявлений) в органы внутренних дел, но такого рода массово-информационное воздействие не только не приведет к желаемому

результату, но может вызвать дисфункциональный эффект «бумеранга», то есть даст противоположный результат. Например, возбудит недовольство, возмущение тех или иных реальных жертв, которым в СМИ обещали правовую защиту, а в правоохранительных органах такой защиты не только не гарантируют, но и не оставляют никакой надежды на принятие законных мер к преступнику.

Специалисты в области журналистики, рассматривая деятельность отечественных СМИ в современных условиях, обращают внимание на особую важность и необходимость более тесных взаимосвязей журналистов с аудиторией, в которой журналист обязан видеть «не пассивного потребителя, а активного соучастника информационного процесса»¹⁷.

С целью формирования эффективного антикриминального воздействия СМИ, очень важно преодолеть апатию и пассивность населения по отношению к правонарушениям, устранить равнодушие, удовлетворить потребность граждан в правовых знаниях. А у лиц, ставших по тем или иным причинам жертвой преступления, – преодолеть чувство психической подавленности от сложившейся ситуации и т.д.

Солидарность населения с проводимыми мероприятиями по предупреждению преступлений, защите законных интересов жертв, несомненно, выступает условием, благоприятствующим этой деятельности. Психологи утверждают, что чем полнее СМИ удовлетворяют запросы населения, тем шире и устойчивее становятся их взаимосвязи.

Поэтому в целях повышения эффективности при реализации уголовной политики важно таким образом осуществлять информационное взаимодействие, чтобы граждане ощущали себя не столько в роли объекта, сколько в роли субъекта или партнера в общении. И в этом отношении следует указать на необходимость учета и изучения общественного мнения и настроений граждан¹⁸.

внутренних дел и обработке полученных данных и т.д. Аналогичного рода требования предусматривают подзаконные акты иных правоприменительных органов.

¹⁷ Криминологически значимые аспекты деятельности СМИ//Криминальная ситуация на рубеже веков в России/ Под ред. А.И.Долговой. – М., 1999.

¹⁸ См., например: Бурлаков В.Н. и др. Средства массовой информации и преступность//Правоведение. – 2000. – №5.

Библиография

1. Приказ МВД России от 13 сентября 2001 г. №812 «Об Общественном совете при Министерстве внутренних дел Российской Федерации»
2. Приказ МВД России от 22 марта 2003 г. №183 «О дополнительных мерах по совершенствованию информационного обеспечения деятельности МВД России»
3. Приказ МВД России от 26 октября 2001 г. №943 (в ред. приказа МВД России от 22 марта 2003 г. №183)
4. Приказ МВД России от 4 июня 1997 г. №337 «О мерах по совершенствованию организации изучения общественного мнения о деятельности органов внутренних дел»
5. Приказ МВД России от 5 апреля 2002 г. №324 «Об организации работы подразделений информации, региональных и общественных связей главных управлений МВД России по федеральным округам, подразделений информации и общественных связей МВД, ГУВД, УВД субъектов Российской Федерации, УВДТ, УВД (ОВД) ГУВДРО СОБ МВД России,» (в ред. приказа МВД России от 22 марта 2003 г. №183)
6. Андреева Г.М. Социальная психология. – М., 1988. С.334.
7. Бурлаков В.Н. и др. Средства массовой информации и преступность//Правоведение. – 2000. – №5.
8. Горшенков Г.Н., Горшенков А.Г. Четвертая власть и виктимное поведение//Преступность и власть: Матер. конф. – М.: Российская криминологическая ассоциация, 2000.
9. Грабильников А.А. Средства массовой информации во второй половине 80-90-х гг. – М.,1995. С.107.
10. Данилова С. И., Корнева Л. С. Совершенствование форм, методов и приемов взаимодействия органов предварительного следствия с периодической печатью, теле- и радиовещанием: Методические рекомендации. – М.: ВНИИ МВД России, 2004. – 12 с.
11. Криминологически значимые аспекты деятельности СМИ//Криминальная ситуация на рубеже веков в России/Под ред. А.И.Долговой. – М., 1999.
12. Мельник Г. Mass-media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд. С.-Петербур. ун-та. 1996. С.24.
13. Общественное мнение о работе правоохранительных органов: Учебное пособие. – М.: АНТЕЙ, 2007. С.68.
14. Освещение средствами массовой информации деятельности органов внутренних дел: Научно-аналитический обзор. – М.: Омская академия МВД России, 2002. С.4-7.
15. Пронина Е.Е. Категориальная структура восприятия телевизионных передач: Автореф...канд. дис. – М., 1987.
16. Солонин А.Ю. Достижение эффективности уголовной политики средствами массовой коммуникации// Вестник РГАЗУ. Выпуск 1: Электронное научное издание.- М.: ФГОУ ВПО РГАЗУ, ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2009. №0420900045\ 0022.
17. Тощенко Ж., Харченко С. Социальное настроение. – М., 1996.
18. Трафимов А.Н. Право и средства массовой информации (из опыта работы избирательных комиссий). – Орел, 1995. С.144.

References (transliteration)

1. Prikaz MVD Rossii ot 13 sentyabrya 2001 g. №812 «Ob Obshchestvennom sovete pri Ministerstve vnutrennikh del Rossiyskoy Federatsii»
2. Prikaz MVD Rossii ot 22 marta 2003 g. №183 «O dopolnitel'nykh merakh po sovershenstvovaniyu informatsionnogo obespecheniya deyatel'nosti MVD Rossii»
3. Prikaz MVD Rossii ot 26 oktyabrya 2001 g. №943 (v red. prikaza MVD Rossii ot 22 marta 2003 g. №183)
4. Prikaz MVD Rossii ot 4 iyunya 1997 g. №337 «O merakh po sovershenstvovaniyu organizatsii izucheniya obshchestvennogo mneniya o deyatel'nosti organov vnutrennikh del»
5. Prikaz MVD Rossii ot 5 aprelya 2002 g. №324 «Ob organizatsii raboty podrazdeleniy informatsii, regional'nykh i obshchestvennykh svyazey glavnykh upravleniy MVD Rossii po federal'nykh okrugam, podrazdeleniy in-

- formatsii i obshchestvennykh svyazey MVD, GUVd, UVD sub'ektov Rossiyskoy Federatsii, UVDT, UVD (OVD) GUVdRO SOB MVD Rossii,» (v red. prikaza MVD Rossii ot 22 marta 2003 g. №183)
6. Andreeva G.M. Sotsial'naya psikhologiya. – M., 1988. S.334.
 7. Burlakov V.N. i dr. Sredstva massovoy informatsii i prestup-nost'//Pravovedenie. – 2000. – №5.
 8. Gorshenkov G.N., Gorshenkov A.G. Chetvertaya vlast' i viktimnoe povede-nie//Prestupnost' i vlast': Mater. konf. – M.: Rossiyskaya kriminologicheskaya assotsiatsiya, 2000.
 9. Grabil'nikov A.A. Sredstva massovoy informatsii vo vtoroy polovine 80-90-kh gg. – M.,1995. S.107.
 10. Danilova S. I., Korneva L. S. Sovershenstvovanie form, metodov i priemov vzaimodeystviya organov predvaritel'nogo sledstviya s periodicheskoy pechat'yu, tele- i radioveshchaniem: Metodicheskie rekomendatsii. – M.: VNII MVD Rossii, 2004. – 12 s.
 11. Kriminologicheski znachimye aspekty deyatel'nosti SMI//Kriminal'naya situatsiya na rubezhe vekov v Rossii/ Pod red. A.I.Dolgovoy. – M., 1999.
 12. Mel'nik G. Mass-media: psikhologicheskie protsessy i efekty. – SPb.: Izd. S.-Peterb. un-ta. 1996. S.24.
 13. Obshchestvennoe mnenie o rabote pravookhranitel'nykh organov: Uchebnoe posobie. – M.: ANTEY, 2007. S.68.
 14. Osveshchenie sredstvami massovoy informatsii deyatel'nosti organov vnutrennikh del: Nauchno-analiticheskiy obzor. – M.: Omskaya akademiya MVD Rossii, 2002. S.4-7.
 15. Pronina E.E. Kategorial'naya struktura vospriyatiya televizionnykh peredach: Avtoref...kand. dis. – M., 1987.
 16. Solonin A.Yu. Dostizhenie effektivnosti ugolovnoy politiki sredstvami massovoy kommunikatsii// Vestnik RGAZU. Vypusk 1: Elektronnoe nauchnoe izdanie.- M.: FGOU VPO RGAZU, FGUP NTTs «Informregistr», 2009. №0420900045\ 0022.
 17. Toshchenko Zh., Kharchenko S. Sotsial'noe nastroyenie. – M., 1996.
 18. Trafimov A.N. Pravo i sredstva massovoy informatsii (iz opyta raboty izbiratel'nykh komissiy). – Orel, 1995. S.144.