**МИНИСТЕРСТВО ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ВОРОНЕЖСКИЙ ИНСТИТУТ**

**ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**КАФЕДРА АДМИНИСТРАТИВНОГО ПРАВА**

**Курсовая работа**

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОВД СО СМИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРАВОПОРЯДКА.**

**ВОРОНЕЖ - 2008**

**Содержание.**

Введение

1. Деятельность ОВД по охране правопорядка.
	1. *Понятие и сущность правопорядка*
	2. *Обеспечение правопорядка – основная функция деятельности ОВД*
2. СМИ, как «четвёртая власть» в государстве.
	1. *Правовые основы деятельности СМИ*
	2. *Роль СМИ в функционировании государства*
3. Совместная деятельность СМИ и ОВД в сфере правоохраны.
	1. *Правовая информатизация*
	2. *Управление массовым информационным процессом в сфере профилактики правонарушений*
	3. *Оптимизация взаимодействия ОВД с населением через деятельность СМИ*

Заключение

Список используемой литературы

**Введение.**

Актуальность выбранной темы заключается в том, что наступление нового века знаменуется ускорением темпов формирования информационного общества, информация приобретает невиданное прежде значение, меняется её роль в жизни народа и государства, в политике и праве. В связи с этим деятельность по поддержанию правопорядка в стране, осуществляемая органами внутренних дел, представляется невозможной без её должного освещения в средствах массовой информации. Правовая информатизация осуществляется в целях привлечения населения к сотрудничеству с ОВД в сфере поддержания правопорядка с тем, чтобы обеспечить такое состояние безопасности отдельной личности, общества и государства в целом, при котором названные выше объекты могли бы спокойно функционировать и развиваться.

Целью курсовой работы является изучение, осмысление теоретических и практических вопросов, связанных с сущностью и характером взаимодействия ОВД и СМИ в сфере обеспечения правопорядка. Для выполнения этой цели необходимо решить ряд поставленных задач.

Первоочередная задача – дать определение (с последующей характеристикой) такому понятию, как правопорядок. Необходимо отобразить содержание данной категории как социального явления. Это нужно для того, чтобы впоследствии отобразить всю важность взаимодействия ОВД и СМИ в данной сфере.

Также в курсовой работе требуется охарактеризовать деятельность ОВД по поддержанию правопорядка. И особо здесь следует отметить то, что обеспечение состояния безопасности личности, общества и государства является главной и основной целью существования и функционирования органов внутренних дел.

Не менее важным является рассмотрение связи СМИ и государства, которая имеет два основных аспекта. Первый из них состоит в том, что без них современная общественно – политическая система не в состоянии нормально функционировать. Второй аспект – СМИ представляют собой необходимый инструмент демократического развития государства. Оба аспекта взаимосвязаны. Содействуя нормальному функционированию демократического государства, СМИ тем самым стимулируют его дальнейшее развитие. С другой стороны, развитие по пути демократии создаёт оптимальные условия для нормального функционирования государства.

Свидетельством актуальности проблемы СМИ в России служит выступление В.В. Путина при представлении ежегодного Послания Президента РФ Федеральному собранию РФ в июле 2000 года. Показателен сам факт, что СМИ было уделено в Послании значительное внимание.

Президент, в частности, заявил о том, что корни многих наших неудач – в неумении власти говорить с обществом. Было подчёркнуто большое значение именно свободных СМИ в решении стоящих перед Россией проблем (в том числе и проблема обеспечения правопорядка): «…Без действительно свободных СМИ российской демократии просто не выжить, а гражданского общества – не создать».

На фоне взаимодействия СМИ с государством следует поподробнее остановиться на том, что СМИ уделено большое внимание в основополагающих актах правовой системы. Конституция Российской Федерации включает немалое количество соответствующих норм. Право стало регулировать отношения СМИ с органами государства, с политическими партиями и общественными организациями. Эта тенденция отражает стремление общества установить определённые рамки для деятельности СМИ с тем, чтобы свести к минимуму возможности злоупотребления ими.

Следующей задачей моей курсовой работы является рассмотрение непосредственно процесса взаимодействия СМИ и ОВД в сфере обеспечения ими совместно правопорядка. Для этого необходимо указать нормативную базу, на основе которой осуществляется взаимодействие, перечислить основные направления деятельности в этой сфере.

Я считаю, что, после рассмотрения вышеперечисленных задач, цель курсовой работы будет достигнута, и мне в полной мере удастся осветить поставленные в ходе написания курсовой вопросы.

**Деятельность ОВД по охране правопорядка.**

* 1. **Понятие и сущность правопорядка.**

Порядок составляет реальную основу современной цивилизованной жизни общества. Качество степень правопорядочности общественной жизни во многом определяет общее "здоровье" всего общественного организма и его индивидов. В условиях стабильного правопорядка эффективно функционирует экономика, достигается гармония в действиях законодательной, исполнительной и судебной власти, активно осуществляется деятельность различных общественных и частных организаций, реально гарантируется свободное развитие человека, максимально удовлетворяется его материальные и духовные потребности.

Правопорядок, как социальная система, представляет собой совокуцпность общественных отношений, которая устанавливается в результате точного и полного осуществления предписания правовых норм всеми субъектами права.

В формировании правового порядка участвуют все элементы механизма правового регулирования общественных отношений. Их причинно - следственная связь составляет основу правовой жизни общества, которая и приводит в конечном счёте к установлению правового порядка.

С целью наиболее полного раскрытия понятия правопорядка следует дать основную терминологию по данному вопросу:

* Нормы права - это нормативная предпосылка правопорядка, первичная звено механизма правового регулирования, моделирующее "идеальный" правопорядок.
* Правоотношение - элемент механизма правового регулирования, обеспечивающий переход от идеального, предполагаемого законодателем правопорядка к установлению конкретного возможного или должного поведения участников общественных отношений, предусмотренного правовыми нормами. На этом этапе к механизму правового регулирования подключается законность, призванная гарантировать возможное и должное поведение субъектов правоотношений.
* Акты реализации юридических прав и обязанностей являются завершающей предпосылкой правопорядка. В условиях режима законности права и обязательности участников правоотношений реально воплощаются в их поведении, достигают своей цели и, таким образом, переходят в такую систему общественных отношений, которая и образует правовой порядок.

Содержание правопорядка составляет правомерное поведение субъектов, то есть такое поведение, которое урегулировано нормами права и достигло цели правового регулирования.

Структура правопорядка – это совокупность нескольких составляющих, разделённых в зависимости от сферы отношений, которые они урегулируют.

Особенность правопорядка как специфической системы общественных отношений выражается в том, что складывается он только на основе правовых норм и в силу этого охраняется государством. Поэтому правопорядком охватывается далеко не все отношения, имеющие место в обществе. Определённая часть общественной жизни не нуждается в правовой регламентации. Она находится в сфере действия норм морали, норм различных общественных организаций и других внеправовых нормативных регуляторов. В этом смысле правопорядок является лишь элементом общей системы общественных отношений, складывающийся под воздействием нормативного регулирования. Это часть общественного порядка[[1]](#footnote-1).

Правопорядок есть реализованная система права. Он включает конституционные, административные, финансовые, земельные, семейные и другие виды общественных отношений, урегулированные с нормами соответствующих отраслей права. В этой связи в структуре правопорядка выделяются не только отраслевые, но и более дробные группы отношений, которые урегулированы подотраслями и институтами права.

* 1. **Обеспечение правопорядка – основная функция деятельности ОВД.**

Под обеспечением правопорядка понимается осуществление государственными органами (в лице органов внутренних дел) во взаимодействии с общественными формированиями различных мер по обеспечению охраны жизни и здоровья людей, их чести и достоинства, защите прав, свобод и законных интересов граждан, защите интересов предприятий, учреждений и организаций.

Осуществление мер по охране правопорядка выражается в деятельности ОВД по предупреждению и пресечению правонарушений и иных антиобщественных действий, в привлечении виновных к ответственности; в создании нормальных безопасных условий для общения людей в процессе производственной, трудовой деятельности и в удовлетворении ими материальных и духовных потребностей; в действиях, направленных на ликвидацию вредных последствий, вызванных нарушением правил и норм правопорядка.

Наличие разных способов охраны общественного порядка и обеспечения общественной безопасности обуславливает существование ряда организационно-правовых видов (направлений) деятельности, осуществляемых ОВД. К основным из них относятся: административная, оперативно-розыскная, уголовно-розыскная деятельность.

**Административная деятельность милиции.** Это наиболее ёмкое направление в деятельности ОВД. Её содержание состоит в непосредственном, практическом осуществлении аппаратами, службами, подразделениями и сотрудниками милиции общественной безопасности, органами и сотрудниками милиции других служб функций по охране общественного порядка, обеспечению общественной безопасности, предупреждению и пресечению преступлений административно-правовыми средствами. Эта деятельность регламентируется нормами административного права. Административная деятельность подразделяется на два вида: внутриорганизационную и внешнюю.

С точки зрения обеспечения правопорядка, нас больше интересует внешняя деятельность ОВД. Она состоит в осуществлении основных функций милиции, которые реализуются административно-правовыми методами и средствами. Данная деятельность включает в себя следующие виды: охрана общественного порядка и обеспечение общественной безопасности; осуществление лицензионно-разрешительной деятельности; обеспечение безопасности дорожного движения; осуществление контроля за соблюдением законодательства о свободе передвижений, иммиграционных правил, правил пребывания в России иностранных граждан и лиц без гражданства; охрана собственности по договорам.

**Оперативно-розыскная деятельность** осуществляется ОВД в пределах их полномочий в целях защиты жизни, здоровья, прав и свобод человека и гражданина, собственности, обеспечения безопасности общества и государства от преступных посягательств посредством поведения следующих оперативно-розыскных мероприятий: опрос граждан, наведение справок, сбор образцов для сравнительного исследования, проверочные закупки, исследование и проверка документов, наблюдение, отождествление личности, обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств.

**Уголовно-процессуальная деятельность** ОВД выражается в трёх направлениях: производство в пределах определённой законом компетенции дознания по уголовным делам; производство неотложных следственных действий по делам, по которым обязательно предварительное следствие; выполнение поручений прокурора и следователя о производстве розыскных и следственных действий. Уголовно-процессуальная деятельность ОВД регламентируется уголовно-процессуальным законодательством Российской Федерации[[2]](#footnote-2).

Итак, рассмотрев основные направления деятельности ОВД, каждое из которых направлено на поддержание правопорядка, мы можем сделать вывод, что обеспечение правового порядка является главной и основной (можно даже сказать единственной) функцией органов внутренних дел.

**II. СМИ, как «четвёртая ветвь власти» в государстве.**

**2.1.Правовые основы деятельности СМИ.**

Сегодня, пожалуй, ни одно государство в мире не может быть уверено в том, что оно успешно решило проблему правового регулирования деятельности СМИ, несмотря на то, что для достижения этой цели затрачивается всё больше усилий. Основная трудность, естественно заключается в сложности самой проблемы, а также в том, что общественно-политическое развитие всё время дополняет её новыми аспектами, которые ещё не подверглись основательному научному анализу. Этот факт констатируют многие специалисты. Один из наиболее известных, профессор Э. Парашос, пишет: «Многие исследования последних двух десятилетий дают общее представление о законах, регулирующих деятельность средств массовой информации в конкретных регионах мира, но очень немногие представляют возможность всесторонне ознакомиться с этими законами».

В России, где идёт процесс формирования гражданского общества и государственно-правовой системы, проблема СМИ, правового регулирования их деятельности стоит особенно остро.

В основе права СМИ, как и в основе других отраслей права, лежит **Конституция** России. Её анализ свидетельствует, что эта основа достаточно фундаментальна и главное состоит в том, что Конституция предусмотрела надёжные гарантии прав и свобод человека, относящихся к СМИ.

Принципиальное значение для деятельности СМИ имеет признание идеологического и политического многообразия (ч.1-3 ст.13), а также положения о том, что каждому гарантирована свобода слова и мысли. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать и распространять информацию любым законным способом. Свобода массовой информации гарантируется, а цензура запрещается (ст.29).

Одновременно Конституция установила и определённые ограничения свободы массовой информации. Запрещены пропаганда и агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную вражду, а также пропаганда социального, национального, расового, религиозного или языкового превосходства (ч.2 ст.29)[[3]](#footnote-3).

Анализ приведённых положений Конституции даёт основание для вывода о том, что они соответствуют мировым стандартам, закреплённым нормами международного права. Российская Конституция определила фундаментальные основы деятельности СМИ, а более конкретные вопросы должны решаться специальным и отраслевым законодательством.

**Закон «О средствах массовой информации»,** принятый парла­ментом Российской Федерации 27 декабря 1991 г. и вступивший в силу 8 февраля 1992 г., подтверждает недопустимость цензуры (ст. 3). В нем содержатся базовые положения о свободе информации как деятельности по поиску, получению, производству и распростра­нению массовой информации; о возможности учреждать средства массовой информации, владеть, пользоваться и распоряжаться ими, а также изготавливать, приобретать и эксплуатировать тех­нические устройства, предназначенные для производства и рас­пространения продукции средств массовой информации (ст. 1). Более того, законом разрешается частная собственность на средства мас­совой информации и запрещается владение (учреждение) СМИ иностранными гражданами — но не иностранными компаниями (ст. 7). В ст. 18 закона говорится, что учредители не могут вмеши­ваться в деятельность редакции средств массовой информации. Исключение может быть сделано только в том случае, если в дого­воре о регулировании взаимоотношений, который обязаны зак­лючить учредитель и редакция, имеется явное указание на допус­тимость подобного вмешательства.

В современной практике, однако (в отличие от времени, когда принимался закон), учредители являются также главными спон­сорами печатного издания, что влечет за собой нарушения данно­го положения. Лишь в некоторых случаях главный редактор, учре­дитель (соучредитель) и владелец основного пакета акций пред­стают одним и тем же лицом. В большинстве случаев финансовая зависимость средств массовой информации от их спонсора пре­вращает редакционную независимость в далекую мечту. Наконец, государственные органы активно вмешиваются в деятельность тех СМИ, учредителями или соучредителями которых они являются.

Со времени принятия данного закона Верховным Советом Рос­сийской Федерации вступили в силу около тридцати других и не­сколько десятков указов Президента РФ, касающихся средств мас­совой информации. Далее следует краткое перечисление соответ­ствующих федеральных законов.

**Уголовный кодекс** Российской Федерации, который вступил в силу 1 января 1997 г. и заменил прежний (1962), определяет клеве­ту как «распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репута­цию» (ст. 129). Кодекс впервые в истории российского законода­тельства вводит уголовную ответственность за правонарушения, связанные с аудиовизуальным сектором и новыми информацион­ными технологиями.

Ст. 151 **Гражданского кодекса** 1995 г. и ст. 43 закона о средствах массовой информации возлагают ответственность за правильность информации на ответчика (на журналиста или редакцию СМИ).

**Закон «О государственной тайне»** принят парламентом 21 июля 1993 г. Государственная тайна определяется в нем как «защищае­мые государством сведения в области его военной, внешнеполи­тической, экономической, разведывательной, контрразведыватель­ной и оперативно-розыскной деятельности, распространение ко­торых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации». Раскрытие государственных тайн влечет за собой наказание[[4]](#footnote-4).

**Закон «О порядке освещения деятельности органов государствен­ной власти в государственных средствах массовой информации»** 1994 г. имеет большое значение, поскольку большая часть СМИ в России принадлежит государственным учреждениям разных уровней. За­кон предусматривает ряд событий, связанных с деятельностью государственных органов, подробную информацию о которых дол­жны сообщать соответствующие государственные СМИ. В их число входят обращения и заявления, сделанные Президентом Российс­кой Федерации, Советом Федерации, Государственной Думой и Правительством РФ; открытие первых официальных сессий палат парламента и нового правительства; а также инаугурация Прези­дента.

**Закон «О связи»** принят Государственной Думой 20 января 1995 г. Он устанавливает правовые основы для деятельности в области связи, наделяет органы государственной власти полномочиями по регулированию подобной деятельности, определяет права и обя­занности физических и юридических лиц, участвующих в предос­тавлении услуг связи или пользующихся такими услугами. В нем регулируется порядок получения вещательными станциями лицен­зий на передачу их сигналов. Закон предусматривает, что «государ­ственные органы имеют право приоритетного использования лю­бых сетей и средств связи независимо от ведомственной принад­лежности и форм собственности».

**Закон «Об информации, информатизации и защите информа­ции»** принят Государственной Думой 25 января 1995 г. и вступил в силу 20 февраля того же года. Разработан он только что созданным тогда Комитетом по политике информатизации (сокращенно: Роскоминформ) при Президенте Российской Федерации — ведущим правительственным органом, занимающимся проблемами инфор­мационного общества и информационных технологий. Закон оп­ределяет большое число понятий и задач, связанных с информа­цией. В нем рассматриваются вопросы прав на информацию, име­ются также положения о доступе к информации[[5]](#footnote-5).

**Закон «О рекламе»** принят Государственной Думой 14 июня 1995 г. и вступил в силу в июле 1995 г. Он определяет рекламу и правовых субъектов в этой области. В нем делается акцент на таких терминах, как «достоверность», «добросовестность» и «этичность» в рекламе. Закон определяет особенности различных форм рекла­мы и предлагает методы государственного и общественного конт­роля за рекламой. Этим законом введен полный запрет на телеви­зионную рекламу алкогольных напитков и табака с 1 января 1996 г.

**Закон «Об экономической поддержке районных (городских) га­зет»,** принятый Государственной Думой 24 ноября 1995 г., предус­матривает выделение из федерального бюджета дотаций газетам, издаваемым органами местного самоуправления, по рекоменда­ции общественных объединений при представлении финансово-экономического обоснования. Такие издания включаются в Феде­ральный реестр и могут получать дотации на покрытие части зат­рат по оплате бумаги, полиграфических услуг и федеральной почтовой связи.

**Закон «О государственной поддержке средств массовой инфор­мации и книгоиздания Российской Федерации»** принят Государственной Думой 18 октября 1995 г. и вступил в силу 1 января 1996 г. — одновременно с рядом поправок в действующее налоговое и тамо­женное законодательство. Они предусматривают налоговые и иные льготы средствам массовой информации. При этом не делается различий между государственными и частными изданиями, изда­телями, агентствами новостей или вещательными организациями. Издания и программы эротического и рекламного характера ис­ключены из числа пользующихся льготами. Организации СМИ, которые выпускают и распространяют издания, книги и другую продукцию, связанную с образованием, наукой и культурой, ос­вобождаются от НДС и налогообложения прибыли в части, зачис­ляемой в федеральный бюджет. В законе предусмотрены другие федеральные налоговые и таможенные льготы, льготные расцен­ки на аренду помещений в зданиях (если они находятся в феде­ральной собственности) и льготные тарифы на услуги связи[[6]](#footnote-6).

В 1998 г. Государственная Дума приняла пакет законов, продле­вающих до января 2002 г. государственную поддержку СМИ в Рос­сии. Эти законы были поддержаны всеми думскими фракциями и приняты подавляющим большинством голосов. Данными закона­ми еще на три года продлевается действие закона о государствен­ной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации, который должен был утратить силу 1 ян­варя 1999 г. Несмотря на острый экономический кризис в России, Президент РФ подписал и тем самым ввел закон в действие сразу после того, как он был принят парламентом.

С ослаблением финансовой инфраструктуры и резким сокра­щением рекламного рынка вещатели и издатели еще более, чем прежде, зависят от предоставляемых правительством унифициро­ванных налоговых и таможенных льгот, льготных тарифов на элек­тричество и услуги связи, низких расценок на аренду помещений, находящихся в государственной собственности — все это предос­тавляется по действующим в настоящее время законам. Согласно пояснительной записке, которая сопровождает законопроекты, они замедлили процесс снижения доли информационных изданий и программ в СМИ и снизили темпы падения в книгопечатании.

**Закон «Об участии в международном информационном обмене»**, принятый Государственной Думой 5 июня 1996 г. и подписанный Президентом России 4 июля 1996 г., представляет собой основной документ, регламентирующий вопросы международного информа­ционного обмена, в том числе средств массовой информации. Закон нацелен на обеспечение эффективного участия и сильных пози­ций России в международной информационной инфраструктуре. В нем обязанностями органов государственной власти называются такие задачи, как обеспечение субъектов Федерации иностранны­ми информационными продуктами и услугами, пополнение и за­щита информационных ресурсов (банков данных, архивов и т.п.), внедрение современных технологий и содействие информацион­ному обмену через государственные границы. Согласно закону, нельзя ограничивать вывоз из Российской Федерации массовой информации, документированной в материальной и идентифици­руемой форме. Закон дает некоторым правительственным учреж­дениям право контролировать различные аспекты международно­го, обмена информацией. В двух случаях вводится лицензирование деятельности по международному информационному обмену: когда информационные ресурсы вывозятся из России или государство платит за информацию, ввозимую в Россию для пополнения на­циональных банков данных.

5 сентября 1997 г. Государственная Дума приняла **Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на уча­стие в референдуме граждан Российской Федерации»**. Он был под­писан Президентом РФ Б. Ельциным 19 сентября 1997 г. и вступил в силу 30 сентября 1997 г. Предвыборная агитация определяется в нем как «деятельность граждан Российской Федерации, кандидатов, из­бирательных объединений, избирательных блоков, общественных объединений, имеющая целью побудить или побуждающая избира­телей к участию в выборах, а также к голосованию за тех или иных кандидатов (списки кандидатов) или против них». Закон регламен­тирует агитацию во время проведения избирательных кампаний и референдумов, гарантирует всем зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям и избирательным блокам равные ус­ловия доступа к средствам массовой информации в той форме и таким образом, какие они выберут самостоятельно. В законе уста­навливаются единообразные временные рамки предвыборной аги­тации: она должна начинаться в день регистрации кандидата и прекращаться за 24 часа до дня голосования. В течение трех дней до дня голосования, а также в самый этот день не допускается опуб­ликование в средствах массовой информации результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и иных исследований, связанных с выборами и референдумом. Закон ус­танавливает специальные правила для средств массовой информации, учредителями которых являются государственные и муници­пальные органы, и для СМИ, субсидируемых государством либо пользующихся предоставленными государством преимуществами или налоговыми льготами, которых нет у других средств массовой информации. В ст. 40 закона оговаривается, что такие общероссий­ские вещательные компании обязаны выделять всем зарегистри­рованным кандидатам и партиям не менее одного часа бесплатно­го эфирного времени по будням в то время, когда телепрограммы собирают наибольшую аудиторию. Соответствующие региональные станции должны предоставлять по 30 минут бесплатного эфирного времени в рабочие дни. Все другие средства массовой информации имеют право участвовать в избирательной кампании, но обязаны назначить единые условия для всех кандидатов. Как в случае бес­платного, так и платного эфирного времени, каждый кандидат или партия должны иметь право на получение равной доли време­ни, выделенного для предвыборной агитации.

16 сентября 1998 г. российский парламент принял **Федераль­ный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности»**. С момента вступления его в силу все принимаемые парламентом или правительством нормативные акты, касающиеся лицензиро­вания любых видов деятельности, должны соответствовать этому закону. В нем перечислены виды деятельности, на осуществление которых требуются лицензии. В этот список входят телевизионное вещание и радиовещание; вещание дополнительной информации; предоставление услуг в области шифрования информации. Закон принят в новой редакции в 2001 г., которая вступает в силу в фев­рале 2002 г.

Основные положения действующего закона таковы:

* максимальный размер лицензионного сбора за выдачу ли­цензии не должен превышать десятикратного минимального раз­мера оплаты труда;
* срок действия лицензии не может быть менее чем 3 года, если только соискатель лицензии не просит о более коротком сроке;
* заявление на получение лицензии должно быть рассмотрено в течение 30 дней (или ранее) с момента официальной подачи заявления;
* лицензирующие органы должны вести единые реестры вы­данных лицензий, и эти реестры должны быть открыты для обще­ственности;
* лицензирующие органы могут приостанавливать действие лицензии, если были нарушены лицензионные требования и ус­ловия, которые могут повлечь за собой нанесение ущерба правам, законным интересам, нравственности и здоровью граждан, а так­же обороне страны и безопасности государства;
* лицензия может быть аннулирована решением суда на осно­вании заявления лицензирующего органа, выдавшего лицензию, или органа государственной власти в соответствии с его компе­тенцией; основаниями для аннулирования лицензии являются: 1) обнаружение недостоверных или искаженных данных в доку­ментах, представленных для получения лицензии; 2) неоднократ­ное или грубое нарушение лицензионных требований и условий; 3) незаконность решения о выдаче лицензии.

Российские эксперты отмечают, что данный закон необходим для эффективного осуществления бизнеса в России, так как мно­гие действующие правительственные акты относительно лицензи­рования противоречат федеральным нормативным актам и друг другу.

Итак, из вышесказанного можно сделать вывод о том, что в отношении СМИ право призвано решать две основные задачи. Во-первых, оно должно создавать оптимальные условия для деятельности СМИ, прежде всего, обеспечить их независимость, разумеется, в социально допустимых пределах. Во-вторых, максимально ограничить возможности злоупотребления СМИ, использования их в антиобщественных целях. Задачи, как видно, не из простых. Едва ли какое-либо государство может быть уверено в том, что ему удалось их решить на достаточно удовлетворительном уровне[[7]](#footnote-7).

**2.2. Роль СМИ в функционировании государства.**

Общее у СМИ и государства заключается, прежде всего, в том, что их главная задача состоит в сохранении и упрочении существующей социально-политической системы, в обеспечении ее нормального функционирования. Этим в первую очередь определяется содержание распространяемой информации. Плюрализм мнений ограничен интересами безопасности системы.

СМИ, особенно телевидение, обоснованно упрекают в том, что на их страницах и экранах развлекательные программы вытесняют материалы более серьезного характера. Следует вместе с тем учитывать, что и такие программы пропагандируют определенный образ жизни, ценности и стандарты, усваиваемые аудиторией чуть ли не на подсознательном уровне, а потому особенно надежно.

СМИ принимают участие в подготовке и принятии важнейших государственных решений как на уровне законодательной, так и исполнительной власти. От них в немалой мере зависит и последующее осуществление этих решений. Опыт свидетельствует, что даже судебная власть не обладает полным иммунитетом в отношении СМИ.

При этом СМИ не останавливаются перед злоупотреблениями в ущерб общественным интересам, руководствуясь коммерческими соображениями. Зарубежная пресса сообщает множество фактов подобного рода. Актуальна эта проблема также для нашей страны и других бывших советских республик.

Так, в связи со Всемирным днем борьбы с курением 31 1мая 1997 г. газета «Всеукраiнськi новини» опубликовала ста­тью о влиянии на СМИ денег табачных компаний. Замечу, что 90% основных табачных предприятий Украины являют­ся совместной с иностранными компаниями собственностью. Во время обсуждения в Верховной Раде в 1996 г. про­екта закона о рекламе табачных изделий большинство СМИ поддерживало табачную промышленность, рассчитывая на высокую прибыль от рекламы ее продукции. Как известно, принятый закон запретил рекламу табачных изделий по ра­дио и телевидению, но разрешил в печати и на щитах. Меж­ду тем, по сообщению украинского Института кардиологии, процент курящих женщин с 1978 по 1995 гг. возрос с 5,2 до 20,5%. При этом наибольший прирост дала возрастная группа от 20 до 29 лет[[8]](#footnote-8).

СМИ являются основным источником информации о жизни общества и государства. Этому способствует то об­стоятельство, что в современном глубокоиндивидуализиро­ванном обществе личные контакты сведены к минимуму. Сегодня наиболее доступная для усвоения форма сообще­ния - телевидение - вошла в каждый дом. Следует учесть, что функция источника информации носит направленный характер и используется для формирования сознания и во­ли общества, отраженных во всех видах деятельности госу­дарства.

Благодаря СМИ политика стала в значительной мере, осуществляться на глазах у широких кругов населения. В результате поддержка с их стороны стала необходимым условием эффективной демократической политики. Так, масс-медиа стали частью механизма функционирования по­литической власти и обнаруживают тенденцию к росту сво­его влияния. Следовательно, система указанного механизма не может быть правильно понята без учета места в ней СМИ.

Более того, как отмечают отечественные и зарубежные исследователи, СМИ «в известном смысле потеснили законодательную, исполнительную и судебные власти, в частности в осуществлении социального контроля за протекающими в обществе процессами». Проводимые в США опросы не первый год показывают, что телевидение и печать в глазах общественности выглядят более достойными доверия, чем президент и конгресс.

«Культура недоверия» имеет все шансы утвердиться и в нашей стране. И ответственность за это лежит, прежде всего, на депутатах Государственной Думы. Достаточно вспом­нить принятый ими закон о материальном обеспечении де­путатов. А также на местных властях, с которыми население связано особенно тесно. В результате печать часто пользу­ется большим авторитетом и доверием, чем чиновники. Это обстоятельство отмечают сегодня многие российские журналисты.

Оказывая воздействие на все элементы политической си­стемы, современные СМИ вносят немало нового в их функ­ционирование и взаимодействие. Так, влияние политичес­ких партий стало в решающей степени зависеть от имею­щихся у них возможностей использовать СМИ в своих целях[[9]](#footnote-9).

Более того, главный редактор «Независимой газеты» В.Третьяков пишет: «СМИ, особенно телевидение, - един­ственный реальный рычаг воздействия крупных собствен­ников на политику России, а в отсутствие нормальных партий...главные телеканалы являются единственными по форме квазипартийными, а по сути - партийными структурами».

Говоря о роли СМИ, нельзя не напомнить о том, какое место в экономике занимает связанная с ней производст­венная деятельность. В США на ее долю приходится свыше одной трети ВНП и почти половина рабочей силы. Исклю­чительно важно значение СМИ и как средства обеспечения связи между потребителями и производителями товаров и услуг, что делает их органически зависимыми от рекламодателей. Суммы, получаемые от коммерческой рекламы американскими СМИ, достигают 30 млрд. долл. Все это является одним из свидетельств подчинения СМИ крупному капиталу, доминирования транснациональных корпораций (ТHK) и в этой области. Двойственная природа СМИ состоит в том, что, с одной стороны, это ориентированный На прибыль важный экономический институт, а с другой - основной институт распространения общественных знаний и культуры, определяющий фактор формирования общест­венного мнения и сознания, включая политическое.

Следует принять во внимание и то, что в отличие от других ветвей власти возможности СМИ четко не очерчены правом, поэтому их реальное влияние в зависимости от конкретных условий может колебаться в гораздо более широких пределах. Характерной чертой деятельности масс­-медиа промышленно развитых государств является распространение этой деятельности на другие страны, где пропагандируются собственные ценности, принципы и стандар­ты, где стремятся создать благоприятные условия для дея­тельности своих ТНК и, наконец, влиять на их не только внутреннюю, но и внешнюю политику. В условиях глобали­зации СМИ стали мощным рупором пропаганды идей кор­поративного капитализма по всему миру. Убедительное подтверждение тому содержится в обстоятельной книге Э. Германа «Глобальные средства массовой информации: Новые миссионеры корпоративного капитализма».

За истекшие десятилетия СМИ с гораздо большим основанием, чем когда-либо могут именоваться четвертой властью. Однако и ныне встречаются специалисты, отрицающие правомерность такого именования. Так, В.Н.Монахов, кандидат юридических наук, член бывшей Судебной палаты по информационным спорам, пытается «оспорить правомочие наделения СМИ титулом «четвертая власть». По, его мнению, такое определение было в какой-то степени оправданным в СССР, когда все четыре власти находились в партийных руках.

Однако сам автор не возражает против именования СМИ властью. Он пишет, что это институт, «обладающий влас­тью авторитета, а не авторитетом власти». И почему-то упускает из виду, что любой авторитет должен быть чем-то обоснован, так или иначе, является важным элементом политической системы общества.

Американские специалисты утверждают, что американ­ские средства массовой информации «сегодня являются не только частью политики, но и частью власти». При этом политика рассматривается ими как «результат сотрудничества и конфликта между газетами, чиновниками и иными участниками политического процесса». Такое положение порождает опасную тенденцию - стандарты журналистики заменяются политическими стандартами, что отрицательно сказывается на осуществлении СМИ своих функций. Между тем роль и авторитет, политическое влияние СМИ в значительной мере зависят от верности принципам объективности и достоверности информации. В этом плане у государства и СМИ - единая задача[[10]](#footnote-10).

Контроль со стороны СМИ состоит в обеспечении нормальной деятельности государственного механизма, в пресечении всяческих злоупотреблений и нарушений сложившихся правил игры. Значение этой функции настолько велико, что нередко ее, а не информирование общества считают главной. Думается, однако, что нет оснований противопоставлять эти функции друг другу. Контроль за деятельностью государства может быть действенным и оправданным лишь при условии, что его результаты доводятся до широкой общественности.

Государственные деятели всегда участвовали в формиро­вании политических, социальных, экономических и других новостей. Ныне же трудно даже представить возможность управления без помощи масс-медиа, не зря получило рас­пространение выражение «управление путем гласности». Еще более важным элементом управления становятся СМИ в условиях возрастающего расхождения между возможнос­тями власти и растущими ожиданиями населения. К тому же в условиях разделения властей политические деятели не всегда имеют возможность напрямую решать свои полити­ческие чадами, и тогда СМИ помогают им достичь своих це­лей опосредованно.

Все это свидетельствует об обоснованности термина «чет­вертая власть». Не случайно многие десятилетия он используется как общепринятый. Сошлюсь на изданную почти полвека назад классическую работу Д.Катера «Чет­вертая ветвь власти». По мнению Д.Катера, журналист не только информирует о деятельности власти, но и участвует в ее осуществлении. Он помогает формированию курса вла­сти. Он - необходимый посредник между различными ее частями. Он может освещать политику, существенно содей­ствуя ее актуальности и ясности. С тем же успехом он способен подать политику так, что это подорвет ее.

Итак, СМИ включены в функционирование всех трех ветвей власти, однако не становятся их частью.

**III. Совместная деятельность СМИ и ОВД в сфере правоохраны.**

* 1. **Правовая информатизация.**

В России сегодня много говорят о пра­вовой информатизации: законы должны быть предельно доступны гражданам и для этого, в частности, следует использовать все преимущества информационных тех­нологий и коммуникаций. Стоит согла­ситься, что это немаловажный фактор на пути построения правового порядка в об­ществе. Вместе с тем не всегда можно строго объяснить, что этот фактор пред­ставляет из себя именно в сегодняшних российских условиях, когда на самом пра­вовом поле очень много белых пятен. По числу компьютеров и телефонов на душу населения Россия стоит далеко не на пер­вых местах, а промышленные монополии и налоги безжалостно давят предпринима­тельские попытки диверсифицировать те­лекоммуникационную и компьютерную на­сыщенность рынка услуг. Встают вопросы о возможности оптимизации государст­венного регулирования процессом право­вой информатизации. В частности, воп­рос: в какой степени этот процесс должен быть либерализован, да и что он собствен­но представляет с точки зрения устойчиво­сти государственного управления и безо­пасности?[[11]](#footnote-11)

При бывшем, советско-тоталитарном, управлении, когда требование партийной принципиальности главенствовало при принятии важнейших решений различного уровня, а множество закрытых норматив­но-правовых документов население и в глаза не видело, стоял только вопрос об использовании информационных техноло­гий в юридических службах органов госу­дарственной власти и управления, форми­ровалась автоматизированная общесоюз­ная информационно-справочная законода­тельная база данных. Но правовая грамот­ность населения далеко не была самоце­лью, процесс этот не носил явно выражен­ного характера - в этом не было необхо­димости - за человека большинство его рядовых жизненных проблем директивно решали государственные органы. Система государственного управления была жестко замкнутой сама на себя, к рядовому чело­веку была привязана номинально и вопрос о правовой информатизации, в том виде, как он понимается сейчас, естественно, также не стоял.

Но немаловажна также и управленче­ская трактовка проблемы правовой инфор­матизации: как динамика развития про­цесса правовой информатизации влияет на устойчивость управления обществом, насколько следует бояться временной мо­нополизации рынка информационных ресурсов в области правовой информации, когда и «на сколько» можно либерализовать этот рынок, «отпустить» его от жест­кой государственной опеки?

Очевидно, что государству, включая государственные организации, брать на себя полностью разработку информацион­ных систем для обеспечения граждан пра­вовыми знаниями малоэффективно - ре­зультат заранее известен. С другой сторо­ны, полная либерализация процесса пра­вовой информатизации, предоставление полной свободы развертыванию правовых информационных систем коммерческим организациям в условиях большого числа субъектов управления, неразвитости рын­ка и больших финансовых ограничений приводит к неоправданному дублированию разработок, распылению средств. Да и предпринимательские стимулы, определя­емые осознанной потребностью населения в правовой грамотности, действенностью механизма судебной системы пока нахо­дятся в условиях становления[[12]](#footnote-12).

Интуитивно ясно, что государство должно как-то регулировать процесс пра­вовой информатизации с учетом множест­ва факторов. Действенным механизмом регулирования является государственный заказ на разработку правовых информационных систем, но этот заказ должен быть предельно концептуально обоснован. Рассмотрим возможные управленческие фак­торы такого обоснования, имея, прежде всего, в виду обеспечение устойчивости государственного управления, информационную безопасность.

Переход от тоталитарного к правовому обществу с точки зрения решения вопро­сов управления представляет собой не что иное, как информационное открытие системы управления - замена замкнутого на себя тоталитарно-иерархического механизма управления более информационно открытым государственным регулированием закономерно саморазвивающихся соци­ально-политических и экономических процессов. Общественное развитие при таком информационном открытии, благодаря свертыванию ограничений механизма же­сткого директивного управления, начинает самореализовываться, включаются механизмы самоуправления. Вместе с тем процессы самореализации и самоуправления не должны носить произвольного, хаотичного характера.

С одной стороны, при информационном «открытии» процессов управления обществом снижается жесткость управленческих механизмов достижения предустановленных целей. С другой стороны, эти процессы предоставляются сами себе, нарастает неопределенность ситуации, размываются цели развития. Чрезмерное информационное открытие системы государственного управления сопровождается нарастанием хаотичных тенденций, может недопустимо снизить уровень устойчивости государственного управления и социальной безопасности, возможна потеря контроля за развитием ситуации. При недостатке и слабой действенности правовой базы, начальном этапе развития правовой грамотности граждан, низком уров­не информационно-технологической поддержки процессов управления хаотичные тенденции могут привести к негативным последствиям, конфликтам и кризисам.

Напрашивается введение стратегии развития механизмов управления, обеспе­чивающей «спадающую директивность» с развитием правового поля снижается жесткость управления и монополизированность рынка информационных ресурсов. Либерализация нужна, но она должна сдерживаться либо естественными, либо искусственными приемами. Либерализация рынка информационных услуг не должна бежать впереди паровоза - для временной опоры нужны спадающие островки монополизма, в противном случае возможна угроза устойчивости управления. Определение динамики этого «спадания» и изменения «величины островков» во времени в закономерно развивающемся гражданском и правовом обществе с рыночной экономикой должно подчиняться некоторым естественным закономерностям. Это один из наиболее фундаментальных научных и практических вопросов, и исчерпывающего ответа на него пока нет.

* 1. **Управление массовым информационным процессом в сфере профилактики правонарушений.**

Печать, радио, телевидение, кинематограф являются эффективными средствами профилактики правонарушений и правового воспитания граждан. В связи с этим непрерывно увеличивается поток сообщений, публикуемых в печати, передаваемых по радио и телевиде­нию, в которых отражаются актуальные вопросы укреп­ления правопорядка и обеспечения социалистической за­конности. Однако задача состоит не только в том, чтобы снабжать население определенным количеством инфор­мации нравственно-правового и криминологического ха­рактера, но и в том, чтобы управлять процессом право­воспитательного и профилактического воздействия, раз­вивать общественно полезные потребности личности, формировать ее нравственное и правовое сознание. Ина­че говоря, как и всякая другая деятельность, информа­ционный процесс в сфере профилактики правонаруше­ний нуждается в управлении и целесообразной органи­зации.

Управление в этом случае представляет собой слож­ную динамическую систему, составляющую единство трех основных компонентов: субъекта (системы право­охранительных и иных государственных органов и об­щественных организаций), объекта (аудитории), между которыми с помощью третьего элемента этой системы (учреждений массовой информации) осуществляется целенаправленная связь[[13]](#footnote-13).

Такого рода управление включает следующие этапы:

1. Упорядочение внутри системы правоохранительных органов организационных отношений, что позволит отоб­рать и подготовить к передаче информацию, в наиболь­шей степени отвечающую задачам правового воспита­ния и потребностям профилактики правонарушений.

2. Отбор материала в соответствии с интересами и ожиданиями аудитории, социально-психологическими особенностями включенных в ее состав социальных групп.

3. Согласование субъектам управления своей деятельности с учреждениями, осуществляющими передачу и трансляцию информации аудитории.

4. Передача информации аудитории.

5. Поддержание обратной связи с аудиторией, ре­гулирование процесса передачи информации с учетом сложившейся обстановки и методов воздействия на ауди­торию.

6. Определение эффективности оказываемого на аудиторию воздействия и степени достижения постав­ленной цели.

Каждый из названных этапов управленческого цик­ла имеет довольно сложную структуру и содержание и потому может быть предметом специального рассмот­рения.

Содержание и характер управления меняются, если инициатором сообщений выступают учреждения массо­вой информации. В этом случае правоохранительные органы могут использовать опубликованные материалы для принятия соответствующих мер (например, возбуж­дают уголовное дело по сигналу о преступлении), а иног­да (если сообщается о недостатках в их работе) сами являются объектом воздействия.

Социальное назначение рассматриваемого нами вида управления заключается в целенаправленном формиро­вании сознания аудитории в соответствии с общей за­дачей, стоящей перед социалистическим обществом, - ликвидацией преступности и правонарушений. Эта ге­неральная цель определяет подцели управления процес­сом массовой информации в сфере профилактики право­нарушений. К ним следует отнести:

* создание модели правоосознанного поведения; регулирование поведения людей в соответствии с конкретными задачами борьбы с правонарушениями;
* создание духовной атмосферы, препятствующей со­вершению правонарушений;
* устранение, блокирование либо нейтрализацию причин и условий, способствующих совершению право­нарушений.

Однако и они определяют только основные направления использования средств массовой информации правоохранительными органами и управления этим процес­сом. Каждое сообщение печати и передача по радио или телевидению преследует свои конкретные цели, вытекающие из общих. В основу выбора частной цели сообщения или передачи, но нашему мнению, должны быть положены три главных обстоятельства: 1) потребность оперативной обстановки конкретного региона в регулировании процессов, носящих криминогенный или аптикриминогенный характер; 2) типичность и представительность фактов, подлежащих освещению, их общественная и политическая значимость; 3) социальные ожидания и потребности массовой аудитории.

Учет данных целей позволит избежать случайного подбора фактов, избрать объектом воздействия такую сферу общественной жизни, которая больше других нуждается в регулировании. На практике, к сожалению, это; положение не всегда соблюдается и профессиональными журналистами, и сотрудниками правоохранительных органов, выступающими в печати, по радио и телевидению. Так, отдельным журналистам свойственно желание увлечь аудиторию необычностью сюжета, авторы-юристы, наоборот, зачастую бесстрастию излагают материал, не учитывая интересов слушателей.

Следует отметить, что специфика управления в рассматриваемой области в значительной степени определяется особенностями объекта. Задача состоит в том; чтобы внести такие изменения в сознание слушателей, читателей и зрителей, которые соответствовали бы поставленным профилактическим целям. В определенном смысле применение правоохранительными органами средств массовой информации сводится к проблеме овладения искусством управления сознанием аудиторий Успешное управляющее воздействие на аудиторию возможно лишь тогда, когда известны ее потребности, интересы, запросы, социально-демографические характеристики, социально-психологические свойства и уровень имеющихся у нее правовых знаний. При этом важно выявить как индивидуально-психологические, так и социально-психологические особенности общественных групп, к которым принадлежит реципиент (потребитель информации).

Известно, что средства массовой информации являются только одним из многих каналов распространений правовой информации. Следует учитывать, что правой опыт человека складывается также под воздействием непосредственного восприятия фактов и явлений действительности, правовых знаний, полученных в процессе обучения и воспитания, межличностных контактов, устной правовой пропаганды и др. В совокупности они формируют систему взглядов и установок, являющихся рычагами социально-психологического механизма сознания человека, которые либо включают его в процессе активного восприятия и усвоения информации, либо препятствуют этому. Соответственно сложившимся взглядам реципиент фильтрует и трансформирует воспринятое, отбирает нужное и одновременно исключает то, что противоречит его установкам и имеющемуся опыту.

Следовательно, для того чтобы управлять правовоспитательным воздействием средств массовой информации на сознание аудитории, необходимо, прежде всего, таким образом, ее ориентировать, чтобы она могла активно усваивать нравственную и правовую информацию, то есть речь, по существу, уже идет об управлении процессом приобретения социального опыта. Семья, школа, трудовой коллектив, литература, искусство и вся система идейно-политического воспитания должны вносить свой вклад в развитие положительного отношения человека к правовым ценностям, систематически прививать ему интерес к информации правовоспитательного характера. Это позволит подключить индивида к системе сложных социальных связей в обществе, повлиять на сокращение сферы стихийного в непосредственном его кружении, воздвигнуть надежный барьер на пути проникновения в его сознание негативных взглядов и представлений.

В зависимости от характера социального опыта лица уровня полученных им правовых знаний степень его матирования на воздействие средств массовой информации различна: от незначительного интереса к передаче до готовности действовать в заданном информатором направлении. Высшей ступенью усвоения и реализации правовой информации является тот качественный скачок, которым характеризуется переход от убеждений к побуждениям, к поступкам, к правоосознанной деятельности по соблюдению и укреплению правопорядка.

Характер реагирования аудитории па переданную правовую информацию позволяет говорить о степени достижения целей управления, а также об эффективности воспитательного воздействия средств массовой информации. При этом под эффективностью понимаете величина и характер изменений в общественном, групповом и индивидуальном .правовом сознании, обусловленных воздействием средств массовой информации, степень устранения криминогенных факторов, которые были предметом критического освещения. Для установления эффективности такого процесса необходимо выявить конкретный вклад массовых информационных средств в дело укрепления правопорядка и профилактики правонарушений. Это позволит проследить связь между системой правовых и нравственных ценности заложенных в преподносимом материале, и степень восприятия этих ценностей.

Выяснение результатов воздействия массовой информации по вопросам профилактики правонарушений на аудиторию связано с определенными трудностями. Дело в том, что сознание человека отражает все многообразие его связей с внешним миром. Полученные сведения как бы накладываются на сложную ткань прежних знаний и, видоизменяясь под влиянием сложившегося социального опыта, возникших чувств и эмоций, образуют вместе с ними единое целое. Степень эффективности средств массовой информации нельзя объяснить каким-то одним фактором, как .невозможно ее оценить с помощью одного универсального критерия или количественного .показателя. Кстати, с позиций теории такие показатели весьма уязвимы. Все это, безусловно, не исключает поиска путей и способов оценки тех изменений, которые наступают в сознании индивида под влиянием правовоспитательного воздействия средств массовой информации. В частности, весьма важно определить, была ли воспринята переданная информация (число читателей, зрителей и слушателей), в какой степени она был усвоена, получила ли одобрение аудитории, способствовала ли активизации общественного мнения, были ли устранены те криминогенные факторы, о которых сообщалось информатором.

Объективные данные об эффективности переданной информации, о степени удовлетворения интересов, потребностей, ожиданий аудитории можно получить при проведении социологических исследований в форме опросов, анкетирования, наблюдений и т. п. На основе этих данных могут быть внесены необходимые коррективы и информационный процесс. Как показывает практика, результаты будут наиболее достоверными, если исследование осуществляется сразу же после передачи аудитории информации либо в связи с изучением конкретного вопроса.

Особенно полезно изучать общественное мнение в связи с освещением новой актуальной проблемы, опубликованием серии передач и статей по правовой тематике, применением новых форм и способов подачи аудитории информации, связанной с профилактикой правонарушений. Так, например, в последние годы советские кинопублицисты открыли новое средство воспитатель­ного воздействия на аудиторию - документальный детектив. По сравнению с игровым, он обладает некоторыми несомненными преимуществами, заключающимися, прежде всего, в жизненной реальности отображаемых явлений и особой силе психологического воздействия на зрителей. В своё время, например, телезрители увидели па своих экранах работу кинодокументалистов «Детектив без детектива» (сценарист И. Менджерицкий, режис­сер Г. Пчелякова). Фильм рассказывал о буднях столичной милиции, о повседневной работе ее сотрудников, стоящих на страже правопорядка. Главное действующее лицо - следователь по особо важным делам, расследующий дело о крупном мошенничестве, совершенном группой матерых аферистов.

Такова самая общая схема дан­ного вида социального управления. Сущность его состо­ит в том, что из всего многообразия факторов и явлений социальной действительности субъект должен отобрать наиболее важные в условиях конкретного региона и в соответствии с целевой установкой оказать влияние на сознание аудитории, стимулировать правосознание, со­циально активное ее поведение и в результате устранить либо нейтрализовать отрицательные факторы общест­венной среды, порождающие правонарушения.

* 1. **Оптимизация взаимодействия ОВД с населением через деятельность СМИ.**

Эффективность деятельности правоохранительной си­стемы вообще и органов внутренних дел в частности, их служб, подразделений и отдельных сотрудников в значи­тельной мере зависит от позиций, занимаемых граждана­ми в правоохранительной сфере, от преобладающих в ней оценок общественного мщения, типичных проявлений общественного настроения, уровня правосознания правовой культуры. Органы внутренних дел, взаимодействуя с населением, добиваются его целесообразного преобра­зования или, напротив, сохранения его состояния в уста­новленных параметрах.

Название предлагаемого параграфа определяет не столько его содержание, сколько направленность моего за­мысла. В нём высказаны некоторые соображения по по­строению теории взаимодействия правоохранительной и массово-коммуникативной систем[[14]](#footnote-14), причем выделены вопросы, касающиеся места и роли органов внутренних дел в правовом информировании населения.

Важным способом воздействия на социально-психоло­гическую атмосферу общества посредством формирования и направленного изменения общественного и индивидуального правосознания является правовое воспитание. Термин этот широко употребляется в специальной (правовой, социологической, управленческой) литературе, в профессиональном и обыденном языке. Причем разные авторы вкладывают в него различное содержание. Так, некоторые из них различают правовое воспитание в широком и узком смысле. В широком смысле правовое воспитание личности есть многогранный процесс воздействия на ее правосознание и правовую культуру, включающий в себя «влияние социально-экономического уклада жизни, политического режима, идеологической деятельности системы законодательства и юридической практики, нравственной атмосферы, традиций общества, а также общего образования и специального обучения». Правовое воспитание в широком смысле включает в себя и такие факторы, воздействие которых на правосознание и правовую культуру может и не осознаваться одной или даже обеими сторонами (субъектом и объектом) правовоспитательного процесса.

В узком смысле правовое воспитание - это специаль­ное, организованное и целенаправленное воздействие на правосознание. Оно, как правило, многофункционально или, во всяком случае, имеет значительно меньшее коли­чество функций, чем правовое воспитание в широком смысле. Правовое воспитание в узком смысле является, на мой взгляд, составной частью правового воспитания в широком смысле (как совокупности процессов). При этом правовое воспитание в широком смысле замкнуто на результат процесса: вне зависимости от преследовав­шихся целей достигнуты сдвиги в правосознании или правовой культуре объекта. При правовом воспитании в узком смысле - цель воздействия на правосознание и пра­вовую культуру формулируется уже при проектировании процесса.

Как известно, период преимущественно эмпири­ческого подхода к разработке проблем правового воспи­тания и тесно связанных с ними вопросов взаимодейст­вия правоохранительной и массово-коммуникативной си­стем несколько затянулся. Преобладание эмпирических представлений о задачах правового воспитания приводит подчас к забвению того факта, что воспитание юридиче­ски осведомленного и законопослушного члена общест­ва - это только первая, низшая ступень правового воспи­тания. В процессе регулятивно-воспитательного воздей­ствия можно условно выделить три уровня: «Первичный, начальный уровень - это эффект знания. На этом уровне происходит первое знакомство с проблемой, приобрете­ние новых знаний. Второй уровень - эффект убеждения... На этом этапе происходит активный процесс превраще­ния знаний в убеждения. И третий, высший уровень — это эффект действия, поступка, поведения...». Следовательно, высшая ступень в процессе правового воспитания – это формирование в законопослушном гражданине деятельного начала, готовности и умения принять личное участие в охране законности, общественного порядка, когда в этом возникает необходимость.

Среди методов правового воспитания (в узком смысле) важное место занимают те, которые связаны с правовым информированием населения. К ним относятся: правовое просвещение, правовое обучение, правовая агитация и правовая агитация. Основанием данной классификации служит цель информирования и обусловленный её объём сообщаемой информации.

Правовое просвещение – сообщение лицу элементарных сведений и общих представлений в области правоведения и правоприменительной деятельности.

Правовое обучение – сообщение обучаемому совокупности таких знаний, усвоение которых подготавливает его к исполнению определённых функций в правовой сфере, привитие ему умений и навыков.

Правовая пропаганда – сообщение реципиенту информации, способной создать у него запланированную пропагандистом установку на восприятие фактов, имеющих правовое значение, дать знания, помогающие ему выделить такие факты из многообразия общественной жизни.

Рассмотрим подробнее вопрос о правовой пропаганде – виде правового информирования, тесно связанного с участием населения в борьбе с преступностью, охране общественного порядка.

С управленческих позиций правовая пропаганда - это передача управляющей информации (оказание управля­ющих воздействий) системе «население» или одному (нескольким) составляющим ее компонентам. В качест­ве управляющей системы в зависимости от поставленных задач может выступать либо конкретный коммуникатор, либо система органов, осуществляющих правовую про­паганду. Первый подход целесообразен при решении частных задач оптимизации борьбы с преступностью, второй—более общих. Именно во втором случае явно обнаруживаются те негативные последствия, которые влечет за собой отсутствие полноценных системных свя­зей между субъектами правовой пропаганды[[15]](#footnote-15).

Научное управление деятельностью органов, осу­ществляющих правовое воспитание, возможно при соб­людении следующих условий:

1) определения и доведения до исполнителей цели правовой пропаганды;

2) распределения функций между многочисленными органами, ведущими правовую пропаганду;

3) координации деятельности между органами в ре­гионах;

4) разработки методических указаний по организа­ции и проведению правовой пропаганды.

В условиях развивающейся демократии, характе­ризующейся совпадением (тенденциями к совпадению) общественных и правильно понятых личных интересов, имеются реальные возможности для создания в общест­ве социально-психологической атмосферы, обеспечивающей повседневное сотрудничество между органами внутренних дел, специфической функциональной системой, созданной для защиты общественных интересов, и насе­лением. Однако эти возможности обращаются в действи­тельность лишь в результате целеустремленной и согла­сованной деятельности общества и государства.

**Заключение.**

Используемые в курсовой работе положения и исследования дают возможность в заключении сделать следующие выводы.

Правопорядок, как социальное явление, представляет собой довольно сложную конструкцию, которая подразумевает наличие состояния безопасности и защищенности во всех сферах жизнедеятельности человека. Сюда можно отнести и его личную безопасность, и защищенность его рабочего места, и спокойное проведение им досуга, и безопасность общества в целом, а также нормальное функционирование всех ветвей власти, как гарантов, обеспечивающих его права и свободы.

Именно для организации того, что перечислено выше и существует такое структурное подразделение органов исполнительной власти, как ОВД. ОВД в своей деятельности призвано осуществлять ряд функций (основных направлений деятельности): обеспечение личной безопасности граждан, охрана общественного порядка, обеспечение общественной безопасности, охрана собственности физических и юридических лиц, обнаружение, пресечение и раскрытие преступлений, розыск лиц, их совершивших. Как мы можем видеть, основные функции ОВД совпадают с основными потребностями каждого человека и общества в целом в защищённости. Следовательно, напрашивается вывод о том, что основная цель существования и деятельности ОВД заключается в обеспечении правопорядка.

Как известно, СМИ уже на протяжении нескольких лет признано считать «четвёртой ветвью власти». Это, конечно же, не официальное название, однако оно ярко иллюстрирует важность СМИ в жизни общества и государства наряду с исполнительной, законодательной и судебной властью. Роль СМИ в функционировании государства просто огромна: ведь для того, чтобы осуществлять руководство такой страной, как Россия, занимающей столь большую площадь по территории, органам власти необходимо «связать» друг с другом каждого человека, как бы удалён он не был от политического центра. Именно для этой цели служат СМИ. Ведь как показывает историческая практика организации директивного государственного управления, что «благое намерение» оградить общество от влияния внешней информационной пропаганды, замкнуть его информационную сферу на себя, подчинить средства массовой информации обслуживанию строгой и догматичной идеологии, стремление обеспечить жёстко планомерное управление народным хозяйством – в силу каких-то латентных и во многом непонятных пока причин необратимо способствует снижению стабильности, устойчивости государственного управления.

Что касается правового регулирования деятельности СМИ, то у меня по этому поводу имеются следующие замечания. В 2001 году исполнилось 10 лет со дня принятия Закона РФ о средствах массовой информации. Думается, он сыграл свою роль в демократизации правовых основ деятельности СМИ. Ныне же остро ощущается потребность в серьёзном совершенствовании правового регулирования их деятельности, в разработке нового закона. Работа в этом направлении ведётся. Один из недостатков существующего Закона состоит в том, что в нём не прописана экономико-правовая база СМИ, в результате чего они стали добычей частного капитала со всеми вытекающими отсюда последствиями. Значит, при подготовке нового закона необходимо самое тесное взаимодействие юристов, экономистов и журналистов, которые учтут отрицательный опыт минувшего десятилетия.

Рассматривая непосредственный процесс взаимодействия ОВД со СМИ в сфере обеспечения правопорядка, следует отметить следующее. Контакты с журналистами и другими представителями средств массовой информации могут включать оказание им помощи в получении и проверке информации (проведение интервью, ознакомление с материалами, привлечение представителей прессы для участия в рейдах, патрулировании и других мероприятиях). По наиболее важным вопросам деятельности ОВД проводятся пресс-конференции, брифинги, приёмы, встречи представителей прессы с руководством органов внутренних дел, руководителями служб и подразделений органов; для наиболее объективного информирования представителей СМИ готовятся пресс-релизы.

Следовательно, необходимым условием успешного выполнения задач и функций, возложенных на ОВД в сфере обеспечения правоохраны, является поддержание ими связи со СМИ.

**Список используемой литературы**

1. Конституция Российской Федерации. М., «Юридическая литература», 1997г.
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001г. М., «Юрайт – М», 2002г.
3. Уголовный кодекс РФ от 24.05.1996г. М., «Проспект», 2002г.
4. Закон РФ от 27.12.1991г. «О средствах массовой информации».// СЗ РФ. 1992. №9. Ст.1132.
5. Закон РФ от 21.07.1993г. «О государственной тайне».// СЗ РФ. 1993. №30. Ст. 3124.
6. Федеральный закон РФ от 11.08.1994г. «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».// СЗ РФ. 1994. №32. Ст.3456.
7. Федеральный закон РФ от 25.01.1995г. «Об информации, информатизации и защите информации».// СЗ РФ. 1995. №3. Ст.1230.
8. Федеральный закон РФ от 18.10.1995г. «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации».// СЗ РФ. 1995. №48. Ст.5128.
9. Федеральный закон РФ от 5.06.1996г. «Об участии в международном информационном обмене».// СЗ РФ. 1996. №25. Ст.2135.
10. Коренев А.П. Административная деятельность ОВД. – М., «Щит – М». 1999г.
11. Лаврова Л.Е. Средства массовой информации и органы внутренних дел.- М., «Феникс». 1997г.
12. Лукашук И.И. СМИ, государство и право. М., «Стольный град». 2001г.
13. Орлов А.В. СМИ постсоветской России. С-П., «Аякс». 1995г.
14. Райков И.В. Устойчивость государственного управления и открытость информационной сферы.// Открытые стстемы.1996г. № 6.
15. Рихтер А.Г. Правовые основы свободы печати. М., «Дрофа». 2001г.
16. Яшин А.В. Информация нуждается в защите.// Инженерная газета. 1997г. № 24.
1. Коренев А.П. Административная деятельность ОВД. – М., «Щит – М». 1999г. [↑](#footnote-ref-1)
2. Коренев А.П. Административная деятельность ОВД. – М., «Щит – М». 1999г. [↑](#footnote-ref-2)
3. Конституция Российской Федерации. М., «Юридическая литература», 1997г. [↑](#footnote-ref-3)
4. Закон РФ от 21.07.1993г. «О государственной тайне».// СЗ РФ. 1993. №30. Ст. 3124. [↑](#footnote-ref-4)
5. Федеральный закон РФ от 25.01.1995г. «Об информации, информатизации и защите информации».// СЗ РФ. 1995. №3. Ст.1230. [↑](#footnote-ref-5)
6. Федеральный закон РФ от 18.10.1995г. «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации».// СЗ РФ. 1995. №48. Ст.5128. [↑](#footnote-ref-6)
7. Рихтер А.Г. Правовые основы свободы печати. М., «Дрофа». 2001г. [↑](#footnote-ref-7)
8. Лукашук И.И. СМИ, государство и право. М., «Стольный град». 2001г. [↑](#footnote-ref-8)
9. Орлов А.В. СМИ постсоветской России. С-П., «Аякс». 1995г. [↑](#footnote-ref-9)
10. Лукашук И.И. СМИ, государство и право. М., «Стольный град». 2001г. [↑](#footnote-ref-10)
11. Яшин А.В. Информация нуждается в защите.// Инженерная газета. 1997г. № 24. [↑](#footnote-ref-11)
12. Райков И.В. Устойчивость государственного управления и открытость информационной сферы.// Открытые стстемы.1996г. № 6. [↑](#footnote-ref-12)
13. Индулен И.П. Привлечение общественности к предупреждению преступлении. М., 1995г. [↑](#footnote-ref-13)
14. Савин М.Т. Массовая информация в российском промышленном городе. М., 1999г. [↑](#footnote-ref-14)
15. Бойков А.Д. Научная разработка теории и методики правового воспитания. М., 1994г. [↑](#footnote-ref-15)