

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА СУДЕБНЫХ ПРИСТАВОВ

ПИСЬМО

от 24 декабря 2012 года N 12/13-33154-ТИ

О порядке реагирования на негативную информацию о деятельности территориального органа

Направляем подготовленные Отделом по взаимодействию со СМИ рекомендации о порядке реагирования на размещенные в средствах массовой информации негативные материалы о деятельности территориальных органов ФССП России.

Данные рекомендации просим принять к сведению и использовать в работе.

Заместитель
директора Федеральной
службы судебных приставов -
заместитель главного
судебного пристава
Российской Федерации
Т.П.Игнатьева

**Алгоритм реагирования на негативную
информацию о деятельности ФССП России**

Настоящая информация подготовлена для использования в работе отделами (группами, специалистами) территориальных органов ФССП России по взаимодействию со средствами массовой информации.

При ее подготовке использовались следующие нормативные акты Российской Федерации, нормативные акты, методические рекомендации и информационные письма ФССП России:

[Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" от 27.12.91 N 2124-1](#) (далее - [Закон РФ от 27.12.91 N 2124-1](#));

[Уголовный кодекс Российской Федерации](#);

[Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации](#);

приказ ФССП России от 15.06.2009 N 230 "Об утверждении Положения об организации взаимодействия Федеральной службы судебных приставов и ее территориальных органов со средствами массовой информации";

Методические рекомендации по использованию возможностей официального интернет-сайта территориального органа ФССП России в наполнении разделов "Новости", "Пресс-релиз", "Фотогалерея" от 02.09.2011 N 13-10;

Методические рекомендации по организации и проведению публичных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, круглых столов, пресс-туров) в территориальных органах ФССП России от 30.11.2012 N 13-20 (далее - Методические рекомендации от 30.11.2012 N 13-20);

указание ФССП России "О негативных публикациях в СМИ" от 11.06.2010 N 12/12-12429-АП;

указание ФССП России "О подготовке новостных материалов о деятельности ФССП России" от 30.03.2012 N 12/13-7559-СВС.

Большинство средств массовой информации, особенно рассчитанных на широкий круг читателей, при публикации новостей отдают предпочтение новостям негативного содержания, поскольку они более востребованы.

Именно поэтому между ведомственными службами по взаимодействию со средствами массовой информации (далее - СМИ) и журналистами существует постоянный конфликт. Любая ведомственная пресс-служба хочет, чтобы в СМИ появлялись только хорошие новости о ее ведомстве, а журналисты в погоне за читательским интересом предпочитают публиковать негативные и критические материалы.

В связи с этим, если в печатных или электронных СМИ (телевидение, радио, Интернет) появилась информация о ФССП России или ее структурных подразделениях, носящая негативный характер, работникам, отвечающим за взаимодействие со СМИ, рекомендуется действовать следующим образом:

1. Проинформировать Отдел по взаимодействию со СМИ ФССП России.

2. Установить, соответствует ли данная информация действительности.

Как правило, абсолютно непроверенные либо откровенно вымышленные сведения публикуются достаточно редко. Негативная, наносящая ущерб Службе информация формируется посредством частичного искажения или замалчивания фактов, не укладывающихся в нужную СМИ схему, посредством неверной трактовки действий, предпринятых работниками Службы, "выдергивания" из контекста статьи либо комментария Службы отдельных фраз, которые ложатся "в русло" статьи, и игнорирования всего остального, что в это "русло" не ложится.

3. Если установлено, что негативная информация искажает факты и не соответствует действительности, рекомендуется:

а) Никак не реагировать, если она размещена в заведомо "желтых" СМИ, специализирующихся на скандалах (Компромат.ru, Мегаполис-экспресс, Твой день, Желтая пресса и т.д.), поскольку сама попытка контакта с этими изданиями может нанести имиджу Службы значительно больший вред, чем размещаемые в них скандальные публикации.

б) В кратчайшие сроки разместить разъяснение либо опровержение с последующим разъяснением, если информация размещена в других, более умеренных СМИ.

Разъяснение целесообразно использовать в случае, если материал в целом не носит негативного характера по отношению к Службе и содержит один-два искаженных либо неверно истолкованных факта.

Если в материале приводится целый ряд недостоверных фактов либо неверных трактовок деятельности Службы и весь материал в целом носит негативный характер по отношению к Службе, то одного разъяснения по искаженным фактам будет явно недостаточно. В этом случае необходима более жесткая форма реагирования - опровержение, т.е. по сути то же разъяснение, но составленное в более жесткой форме и начинающееся с заявления о недостоверности приведенных в статье фактов и суждений.

Действующее законодательство, в частности [статья 43 Закона РФ от 27.12.91 N 2124-1](#), предусматривает, что, если СМИ, разместившее негативную информацию, не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, оно обязано опровергнуть их. Если гражданин или организация, в отношении которых была распространена негативная информация, представили текст опровержения, то распространению подлежит данный текст при условии его соответствия требованиям указанного Закона. Редакция, обязанная распространить опровержение, может предоставить гражданину или представителю организации, потребовавшему этого, возможность зачитать собственный текст и передать его в записи. В нем должно быть указано, какие сведения не соответствуют действительности, когда и как они были распространены СМИ.

Опровержение в периодическом печатном издании должно быть набрано тем же шрифтом и помещено под одноименным заголовком, как правило, на том же месте полосы, что и опровергаемое сообщение или материал. По радио и телевидению опровержение должно быть передано в то же время суток и в той же передаче. Объем опровержения не может более чем вдвое превышать объем опровергаемого фрагмента распространенного сообщения или материала. Текст опровержения не должен быть короче одной стандартной страницы машинописного текста. Опровержение по радио и телевидению не должно занимать меньше эфирного времени, чем требуется для прочтения диктором стандартной страницы машинописного текста.

Важно помнить, что помимо СМИ, разместившего недостоверный материал, законодательство не запрещает распространять опровержение и через другие СМИ, если это может дать больший эффект.

При подготовке опровержения необходимо опираться только на имеющие место события, факты и нормы закона. Догадок и гипотез, которые могут стать причиной возникновения новых слухов, следует избегать.

Опровержение должно преследовать единственную цель - доказать неправоту оппонента и не может содержать никакой лишней информации. Любые сведения, не работающие на эту цель, в опровержении неуместны.

Если негативный материал большой по объему и затрагивает цепочку взаимосвязанных между собой действий, целесообразно давать опровержение не единым блоком, а последовательно разъяснять эпизод за эпизодом. В частности, привести цитату, содержащую недостоверный факт, затем его достоверную трактовку. Далее процитировать следующий фрагмент, содержащий недостоверные сведения, и прокомментировать его. Таким образом, шаг за шагом мы опровергаем все недостоверные факты. Опыт показывает, что подобный метод опровержения дает наилучший результат.

Рекомендуется также в конце опровержения выразить надежду на более тесное сотрудничество и готовность всегда представлять информацию по интересующим журналистов темам.

Подготовка и размещение хорошего опровержения - важная мера, препятствующая дальнейшему распространению негатива. Но не менее важно сделать это в кратчайшие сроки, т.е. не позже чем через сутки после появления негативной информации.

в) Оперативно создать горячую линию, если компрометирующая информация, опубликованная в СМИ, вызвала значительный общественный резонанс и размещение опровержения не привело к сокращению информационного потока. Организация горячей линии также целесообразна в случаях, если проводимые территориальным органом исполнительные действия, вызвавшие резонанс и неоднозначное отношение общественности, растянуты во времени (например, снос целой серии незаконно возведенных строений, приостановление деятельности социально значимых учреждений и т.д.).

Горячая линия - это специально выделенный номер телефона, по которому в специально оговоренное время (например, с 9.00 до 21.00) могли бы звонить представители СМИ и получать самую свежую информацию. Именно горячая линия является одним из самых действенных средств для установления контактов с общественностью. Она позволяет оперативно "вбрасывать" необходимую информацию в СМИ, а также получать сведения об общественном мнении.

Важно помнить, что работа горячей линии должна быть непрерывной в обозначенное время, а информация, представляемая журналистам, должна своевременно обновляться и озвучиваться для каждого запросившего ее СМИ. Недопустимо давать ответы типа "никакой дополнительной информацией, помимо той, что была озвучена три часа назад, не располагаем. Извините. Конец связи". Работник, действующий в формате горячей линии, должен уметь уже много раз озвученную информацию каждый раз подать в несколько ином виде, например, не изменяя смысла, изложить ее другими словами либо добавить новую, пусть даже несущественную деталь. Это поднимает доверие к Службе.

Горячая линия не может работать очень долго. Время ее работы определяется периодом наибольшего интереса, наибольшего ажиотажа журналистов вокруг возникшего вопроса. Если интерес начинает спадать (например, до 2-3 звонков в день), горячую линию целесообразно закрыть, заблаговременно уведолив об этом представителей СМИ.

г) **Организовать пресс-конференцию либо брифинг, если другие способы противодействия не дали результата и ситуация накалилась** (см. Методические рекомендации от 30.11.2012 N 13-20).

В целом, какой бы способ реагирования на компрометирующую информацию ни был избран, необходимо помнить, что главное в этой ситуации - не молчать. Более того, в целях поддержания имиджа Службы не рекомендуется употреблять в разговоре с журналистами такие фразы, как "отказываемся от комментария", "ничего не знаем и ничем не можем вам помочь", "какое ваше дело?", "мы будем жаловаться вашему редактору" и т.д.

Если негативная информация не столько затрагивает деятельность Службы либо отдельного территориального органа ФССП России, сколько направлена против конкретного должностного лица, данное должностное лицо может принять решение воспользоваться судебно-исковым порядком или обратиться в прокуратуру.

Обращаем внимание, что действия, ранее квалифицировавшиеся по [статьям 129 \(клевета\) и 130 \(оскорбление\) УК РФ](#), декриминализованы и теперь квалифицируются по [статьям 5.60 и 5.61 КоАП РФ](#).

Первая предусматривает ответственность за клевету, т.е. распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию, если они содержатся в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации; за клевету, соединенную с обвинением лица в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления, а также за непринятие мер к недопущению клеветы в публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации. Вторая устанавливает ответственность за оскорбление, т.е. унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной форме. Кроме того, ответственность наступает за оскорбление, содержащееся в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации, и непринятие мер к недопущению оскорбления в публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации.

Основанием для возбуждения дела об административном правонарушении являются сообщения и заявления физических и юридических лиц, а также сообщения в средствах массовой информации, содержащие данные, указывающие на наличие события административного правонарушения. Дела о правонарушениях, предусмотренных [статьей 5.60 КоАП РФ](#) (клевета) и [статьей 5.61 КоАП РФ](#) (оскорбление), в соответствии с частью первой [статьи 28.4 КоАП РФ](#), возбуждаются прокурором, к которому необходимо обращаться с заявлением о распространении соответствующих сведений с приложением необходимых материалов.

Однако необходимо отметить, что иски в суд либо обращения к прокурору - это крайние меры, к которым следует прибегать в исключительных случаях, когда отразить поток необоснованного негатива другими, более мирными способами не удастся.

4. Если установлено, что размещенная в СМИ негативная информация соответствует действительности, рекомендуется разместить комментарий на сайте территориального органа, в самом СМИ, разместившем информацию, а также, если необходимо, в других СМИ.

Построить комментарий целесообразно следующим образом: вначале сообщить, что в определенном СМИ (либо в нескольких) размещена информация о негативных фактах, которая в целом соответствует действительности. В связи с этим Управление хотело бы дать пояснения. Далее рекомендуется изложить обстоятельства дела (даже если они повторяют те, что приведены в негативном материале), но желательно сделать это более подробно, с уточнениями и конкретными деталями, которых не было в негативном материале.

Тем самым территориальный орган ФССП России дает понять, что владеет информацией лучше, чем разместившее негативную информацию СМИ, и контролирует ситуацию. Кроме этого, по возможности следует добавить пояснения, которые могут в определенной степени смягчить негативное восприятие материала.

Например, если приводится соответствующая действительности информация о том, что пристав арестовал за долги имущество пенсионера, не подлежащее аресту, целесообразно подтвердить данный факт, привести подробности, о которых не говорилось в негативной статье. Помимо этого необходимо сделать оговорку, что данный факт - исключение. Правилom же является, когда пристав, работая с малоимущими, престарелыми или многодетными гражданами, стремится использовать все предусмотренные законом возможности для облегчения погашения долговых обязательств.

Если в материале журналистом предпринимается попытка на основании необоснованных действий одного должностного лица распространить негатив на всю Службу, следует обратить внимание и на это, упомянув, что хотелось бы большей толерантности к закону со стороны автора и вряд ли оправданно, что пороки отдельных представителей профессионального сообщества переносятся на все сообщество в целом. При этом важно изложить это в максимально доброжелательном тоне, поскольку ни одно СМИ не потерпит поучений в свой адрес и обычный комментарий может привести к ненужному информационному противостоянию.

Много времени у подразделений по взаимодействию со СМИ отнимает реагирование на информацию о возбуждении уголовных дел в отношении должностных лиц Службы, размещаемую прокуратурой, Следственным комитетом либо органами внутренних дел.

Особую и вполне обоснованную досаду вызывают случаи, когда уголовные дела в отношении работников возбуждаются на основании материалов и при непосредственном участии Службы, однако ее роль в выявлении преступлений остается за рамками сообщений.

Опыт показывает, что реагировать на все без исключения подобные негативные материалы, особенно размещенные на сайтах правоохранительных органов, практически невозможно.

Лучший способ смягчить негативную информацию подобного рода - это разместить в нескольких либо в одном востребованном СМИ интересный информативный материал о работе приставов, где в том числе разъяснить позицию Службы, которая стремится сама выявлять преступления в своих собственных рядах.

Важную роль в формировании позитивного восприятия деятельности Службы играет регулярное размещение на сайтах территориальных органов и центрального аппарата новостной информации.

Мониторинг сайтов территориальных органов показывает, что содержание и форма подачи размещаемых на сайтах новостей не отвечают предъявляемым требованиям. Как правило, новости слишком объемные, содержат много лишней информации, повторов, тексты изобилуют грамматическими, пунктуационными, синтаксическими ошибками и жаргонизмами.

Журналисты, специализирующиеся на написании новостей, выработали ряд профессиональных правил, которым должны следовать и подразделения по взаимодействию со СМИ, в частности:

новость должна быть интересной, емкой по содержанию, но в то же время краткой по изложению. Она должна быть изложена простым (но не упрощенным) языком с использованием терминов, исключая двойное толкование;

у новости должен быть заголовок - конкретный и привлекающий внимание. Заголовок должен содержать указание на регион либо населенный пункт (если новость размещена в региональном СМИ), где произошло событие;

у новости должен быть первый абзац (лид), в котором кратко, в 2-3 предложения, изложена главная мысль сообщения;

у новости должно быть продолжение - один или два абзаца, в которых излагаются подробности;

новость должна содержать только факты, а не мнения или предположения автора.

В заключение хотелось бы отметить, что стремление к публикации в первую очередь негативной информации чаще всего проявляют массовые, популярные издания (особенно бульварные). Качественная пресса, рассчитанная на высокообразованного читателя, предпочитает точную и оперативную информацию. Она постоянно нуждается в свежих новостях, в информационных материалах, пресс-релизах, содержащих в обязательном порядке новость, и выполненных как готовый информационный материал для печатного издания.

В связи с этим важнейшие задачи любого подразделения по взаимодействию со СМИ - это постоянное снабжение потребителей новостями, отслеживание информации, размещаемой в СМИ, и эффективное реагирование на негатив.

При этом важно помнить, что реагирование на негатив - это не война с разместившим его изданием, а выстраивание деловых отношений в рамках

действующего законодательства, поскольку победителей в информационных баталиях обычно не бывает. Преимущество же всегда на стороне того, кто первый сможет убедить своего противника прекратить бесполезное противоборство.

Отдел по взаимодействию со СМИ

Электронный текст документа
подготовлен ЗАО "Кодекс" и сверен по:
Бюллетень Федеральной службы
судебных приставов,
N 2, 2013 год