

Rick Rosenthal

POLICIJSKE SNAGE I MEDIJI MOGU RADITI ZAJEDNO

Historijski gledano, mnoge policijske snage su imale nelagodno primirje sa medijima. Reporterji se smatraju “opozicijom” pa čak i “neprijateljem”.

Ponekad je, nažalost, tako (pogledati moj članak o “Brutalnosti medija” u primjerku od jula 1996. godine).

Ovaj protivnički odnos sa medijima često vodi ka nevoljnosti od strane policijskih snaga da suraduju sa reporterima: policija je jednostavno neaktivna prema medijima, ili u najboljem slučaju zauzima reaktivan stav i djeluje samo onda kada reporterji pokušaju da provale kroz vrata.

Ali u današnje doba policijske snage shvataju da dobri odnosi sa medijima vode ka dobrim odnosima sa javnošću, i da su dobri radni odnosi sa medijima esencijalni element efikasnih policijskih snaga. Napuštajući politiku neaktivnosti i reaktivnosti i prihvatajući proaktivnost, unapređuju se odnosi sa medijima i sa javnošću.

Prvi (i najvažniji) korak ka promjenama i postajanju aktivnim u odnosima sa medijima je razvijanje obostranog razumjevanja sa lokalnim novinskim organizacijama: nemojte ih samo pozivati u vaš odjel da bi vas upoznali, tražiti da vas pozovu u svoje redakcijske prostorije da bi ste vi upoznali njih.

Zajednički timovi od jednog reportera i jednog patrolnog policajca su stara ideja; jeste li ikad razmotrili ideju da patrolirate zajedno sa televizijskom ekipom, ili da budete pozvani u prostorije lokalnih novina? Mnogi urednici bi pozdravili vaš interes i vrlo rado bi vas ugostili.

Naučićete mnogo gledajući reportere dok rade; bolje ćete ih upoznati, te će oni bolje upoznati vas. Ovakva interakcija će pomoći pri stvaranju veze dvosmjernog razumjevanja koje treba da se razvije u povjerenje u obostranim između policije i medija.

Connie Tyler, Administrator Javnog biroa za informacije pri policijskom odredu u Feniksu, dobro razumije ovaj princip. Ona je rekla: “Nas oboje (policijske snage i mediji) služimo istu mušteriju - građanina - i oboje treba da razumijemo kako da bolje radimo zajedno da bismo uslu-

žili mušteriju. Tyler i Policijski odred Feniksa preduzimaju veliki proaktivni korak u pravcu uzajamnog razumijevanja kreirajući novinarsku akademiju za reportere. Plan je da se tokom jednodnevnog kursa mediji upoznaju sa policijskim metodama, sa posebnim akcentom na utjecaj koji novinari mogu imati kada su bezobzirni sa činjenicama ili njihovim izražavanjem u njihovom izvještavanju (je li to bila “pobuna” ili obično “uznemiravanje”?). Nakon formalne obuke, planiran je kontakt za kontaktom, kako bi reporteri bolje razumjeli različite uloge policajaca.

Tylerova je rekla: “Iskušavamo različite načine da izgradimo odnose i ključ svega je u obrazovanju obje strane. Želimo da mediji shvate više o našim poslovima”.

Ovo je proaktivnost u svom najboljem izdanju. Postavlja kritičke temelje razumijevanja na kojima policija i mediji mogu da grade neprocjenjivu strukturu povjerenja. (Kada bi mediji ponudili paralelnu akademiju za policiju, ovo bi bio savršen svijet!)

Kako obostrano razumijevanje i povjerenje rastu, može se djelovati proaktivno na sljedećem nivou, informišući reportere o novim pričama ili najnovijim razvojem u vezi sa starim pričama prije nego što vas oni nazovu da vas pitaju o njima. Morate početi pozivajući reportere da izvještaje o događajima o kojima oni žele (sljedeći korak je da ih pozovete da izvještavaju o događajima o kojima vi želite).

Ako idete u akciju zapljenjivanja droge, obavijestite medije. Ako imate namjeru da ograničite brzinu kretanja na glavnom lokalnom putu, pozovite reportere. Ako napredujete o izrazu o ubistvu, nazovite reportere ili pošaljite “e-mailom” ili faksom najnovije činjenice prije nego vas reporteri nazovu.

Čak i pravljenje redovnih dostupnih izvještaja o rutinskim noćnim događajima je esencijalni dio ovog procesa. Na ovaj način unapređujete vaš vlastiti kredibilitet i onaj vašeg odjela. Gradite strukturu povjerenja i pokazujete reporterima da ste vrijedan izvor informacija koje oni mogu upotrijebiti u svoju korist.

Warren Carmichael, službenik za javno informisanje policijskog odreda oblasti Fairfax, zna kako vrijedan može biti proaktivni kontakt. On kaže: “To premošćuje jaz između medija i policijskih snaga. Izbjegava konfrontacije i postiže trajni i harmonični radni odnos u lošim i dobrim vremenima”.

Nakon što ste radili sa reporterima da bi ste zadovoljili njihove potrebe, taj “harmonični odnos”, o kojem govori Carmichael, postaje istinski plus za vaš odjel. Želite da je vaš odnos sa medijima baziran na saradnji, a ne na konfrontaciji.

Saradnja olakšava vaš posao, čini ga efikasnijim i produktivnijim jer mediji rade sa vama, a ne protiv vas. U lošim vremenima, ako postoji

obostrano razumijevanje i povjerenje, koje proaktivnost stvara, mediji će vrlo vjerovatno dati svoju podršku. U dobrim vremenima možete dovesti proaktivnost do najvišeg nivoa, ohravrujući reportere da izvještavaju o pričama koje vi želite.

Carmichael je rekao: "Mi imamo priliku, koristeći ove (medije) izvore u našu korist da dobijemo više nego što želimo da dobijemo".

Postoji bezbroj primjera "policijskih pozitivnosti" koji se stalno odvijaju i koji su ograničeno pokriveni. Na primjer, za Božić, neki odjeli imaju program "prodavnica sa policajcem", gdje službenici koriste donirane fondove da bi neprivilogovanu djecu odveli u kupovinu za njihove potrebe i igračke kao i za potrebe njihovih porodica. Ovo je važna priča koja zaslužuje da bude prikriivena. Vjerovatno ćete dobiti ovo pokriće ako ste proaktivni sa medijima, ako izgradite razumijevanje koje će ohrabriti ljude iz novina (novinare) da izvještavaju nešto što dobro ide (što je dobro), zajedno sa svim drugim stvarima o kojima izvještavaju koje idu loše. Kaplar Quincy Catter i drugi policajci policijskog odjeljenja Freeport, IL, su razvili dobar radni odnos sa medijima u njihovom okruženju. Kao rezultat, njihov program "prodavnice sa policajcem" je izuzetno pokriven. To je bio veliki napredak odnosa sa javnošću.

Proaktivnost je imala drugačiji, ali jednako pozitivan utjecaj za policiju u Effingramu-u, IL. Kaplar Jim Niemann je kontaktirao lokalne novine, četiri radio stanice i jednu TV stanicu, s redovnim izvještajima o "suzbijačima krimanala". On priprema pisana izdanja vijesti, plus audiotrake za radio i videotrake za TV stanice, naglašavajući detalje a najskorijim zločinima i tražeći pomoć od javnosti.

Mediji su saradivali i kao rezultat i kao rezultat odjel je razjasnio je više od dva tuceta slučajeva krimanala za koje smatraju da ih ne bi riješili bez ove podrške. Prema Niemann-u "bez vodića koje smo dobili od "suzbijača krimanala", ovo su slijepi slučajevi".

U ovom smislu, proaktivnost sa medijima je ubrzala važnu misiju policije, a također služi kao vrijedna funkcija odnosa sa javnošću: još neki od naših ljudi su uklonjeni sa ulice, i ljudi (preko medija) su vidjeli da njihova policija radi za njih i sa njima da bi obavila posao.

Zamjenik Michael Padilla, PIO za San Joaquin okrug, CA šerifof odjel, redovno kontaktira medije sa pozitivnim pričama. On ne ostvari najbolji rezultat svaki put - niti će PIO ikada postići. Ali on ipak ostvaruje pokriće pozitivnih događaja za njegov odjel i onda svi pobjeđuju: javnost vidi pozitivnu stranu primjene zakona, imidž odjela se poboljšava i moral se povećava.

Prema Padilla-i, "kada (policajci) osjete da je ono što rade priznato, oni to i cjene. Tapšanje po leđima je divna stvar, ali ako mogu pomoći da se to dogodi - zajedničko tapšanje po njihovim leđima kroz štampu - to

je stvarno pozitivan stvar. Naši službenici ne traže priznanje, ali unutrašnji osjećaj je odličan i kada se to desi, i ja se također osjećam dobro zbog toga”.

Proaktivnost je moćan medijski odnos i sredstvo za odnose sa javnošću. Stalnim kontaktom sa medijima policija može kreirati atmosferu razumijevanja, povjerenja i uzajamnog poštivanja. Ovo će ohrabriti medije da postepeno pokrivaju događaje kada je vijest loša i generisati mnogo pozitivnije izvještaje kada su vijesti dobre.