

# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

## SOCIOLOGICAL SCIENCES

УДК 351.74:070

<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2020-12-4-104-111>

Намруева Э.В.

### ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Намруева Эльвира Викторовна,  
полковник полиции, кандидат социологических наук, доцент кафедры теории  
и методологии государственного управления  
Академия управления МВД России, Москва, Россия,  
e-mail: elienamr@mail.ru*

**Аннотация.** В статье анализируются проблемы коммуникативного взаимодействия органов внутренних дел со средствами массовой информации. С момента своего появления в конце 80-х годов XX века в структуре органов государственной власти пресс-центры и пресс-службы обеспечивали информационное сопровождение конкретных мероприятий и долговременное взаимодействие с представителями СМИ. Эти подразделения (как на федеральном уровне, так и на региональном), став связующим звеном между органами государственной власти и СМИ, стали играть важную роль в информационном пространстве страны.

Приказом МВД СССР № 0162 от 10 июня 1983 года в структуре центрального аппарата ведомства было создано пресс-бюро, ответственное за информационную политику ведомства. В областных управлениях были сформированы политотделы, в которые структурным подразделением вошли пресс-службы. Работа инспектора, ответственного за взаимодействие со СМИ, помимо прямого информирования общественности, была направлена на пропаганду правовых знаний, а также формирование положительного образа сотрудников органов внутренних дел.

Современные связи с общественностью в ОВД являются управленческой деятельностью, предполагающей взаимодействие, организованное с помощью технологий связей с общественностью, с обязательным каналом обратной связи.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, пресс-служба, взаимодействие, технологии, паблисити, диалогическая коммуникация.

*Для цитирования:* Намруева Э.В. Взаимодействие органов внутренних дел со средствами массовой информации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2020. Том 12, № 4. С. 104–111. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2020-12-4-104-111>.

Namrueva E.V.

## INTERACTION OF THE INTERNAL AFFAIRS BODIES WITH THE MASS MEDIA

*Namrueva Elvira Victorovna,  
a police colonel, Candidate of Sociology, an associate professor of the Department of Theory and Methodology of Public Administration  
MVD Administration Academy of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Moscow,  
Russia,  
e-mail: elienamr@mail.ru*

### Annotation

The article analyzes the problems of communicative interaction between the internal affairs bodies and the media. Since their appearance in the structure of government bodies in the late 1980s, press centers and press services have provided information support for specific events and long-term interaction with media representatives. These divisions (both at the federal and regional levels) have become a link between government authorities and the media and begun to play an important role in the state information space.

By order of the Ministry of Internal Affairs of the USSR No. 0162 of June 10, 1983, a press bureau was created in the structure of the central apparatus of the department, that was responsible for the information policy of the department. In the regional departments political divisions were formed, which included press services as a structural unit. The work of an inspector responsible for interaction with the media and informing the public was aimed at promoting legal knowledge, as well as creating a positive image of employees of the internal affairs bodies.

Modern public relations in the internal affairs department is a management activity that involves interaction, organized using public relations technologies, with a mandatory feedback channel.

**Keywords:** mass media, press service, interaction, technologies, publicity, dialogical communication.

**For citation:** *Namrueva E.V. Interaction of the internal affairs bodies with the mass media // Vestnik Majkopskogo Gosudarstvennogo Tehnologičeskogo Universiteta. 2020. Vol. 12, No 4. P. 104–111. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2020-12-4-104-111>.*

Взаимодействие органов внутренних дел Российской Федерации (ОВД) и средств массовой информации (СМИ) имеет многолетнюю историю, которая показывает позитивное воздействие этой целенаправленной работы на общество в целом: «В наибольшей степени этот процесс – результат закономерного стремления двух систем социального порядка к объединению своих усилий ввиду однозначных, идентичных целей, стоящих перед ними. Очевидно, что как правоохранительная система, так и редакции средств массовой информации объективно заинтересованы в укреплении стабильности и жизнеспособности

государства. Данные позитивные цели объединяет стремление обеих систем к взаимодействию, при этом каждая из них дополняет и усиливает свои функции за счет возможностей другой системы» [1, с. 16].

С момента своего появления в конце 80-х годов XX века в структуре органов государственной власти пресс-центры и пресс-службы обеспечивали информационное сопровождение конкретных мероприятий и долговременное взаимодействие с представителями СМИ. Эти подразделения (как на федеральном уровне, так и на региональном), став связующим звеном между органами

государственной власти и СМИ, стали играть важную роль в информационном пространстве страны.

Приказом МВД СССР № 0162 от 10 июня 1983 года в структуре центрального аппарата ведомства было создано пресс-бюро, ответственное за информационную политику ведомства. В областных управлениях были сформированы политотделы, в которые структурным подразделением вошли пресс-службы. Работа инспектора, ответственного за взаимодействие со СМИ, помимо прямого информирования общественности, была направлена на пропаганду правовых знаний, а также формирование положительного образа сотрудников органов внутренних дел.

Основная задача первых пресс-служб в органах внутренних дел – строго дозированное и согласованное с руководством информирование общественности о работе милиции. Главным каналом коммуницирования стали СМИ. Несмотря на узость функциональных обязанностей, сотрудники этих подразделений сыграли главную роль в расширении понимания обществом деятельности милиции. А СМИ превратились в самый эффективный инструмент в сфере связей с общественностью ОВД.

В 1984 году американские исследователи Д. Грюниг и Т. Хант в совместном труде «Менеджмент связей с общественностью» [2] предложили четыре модели функций PR, рассматривая деятельность по связям с общественностью как управление коммуникациями между организацией и общественностью: пресс-посредническую модель, модель пропаганды (односторонняя коммуникация), модель информирования общественности, так называемая журналистская (односторонняя коммуникация), маркетинговая модель, так называемая рекламная (двусторонняя ассиметричная коммуникация), и актуальная на сегодня в сфере связей с общественностью модель взаимопонимания (двусторонняя симметричная модель). Таким образом, можно

сказать, что на этапе становления практики связей с общественностью в органах внутренних дел активно использовалась односторонняя модель информирования общественности о деятельности ведомства посредством СМИ.

В 90-х годах XX века в России технологии связей с общественностью получили широкое распространение в ОВД. Это было вызвано ухудшением состояния криминогенной обстановки в стране, что негативно сказалось на общей результативности правоохранительной деятельности. Именно тогда возросла необходимость привлечения институтов гражданского общества к осуществлению общественной правоохранительной деятельности.

Связи с общественностью в ОВД тогда понимали как особую функцию управления, «...которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между ОВД и общественностью, решению различных проблем и задач» [3, с. 21]. Эта функция была направлена на формирование развитой системы коммуникации ведомства с общественностью путем информирования о деятельности милиции. Основным направлением в работе милицеских пресс-служб являлось активное формирование собственного новостного информационного потока.

Пресс-службы реализовывали одно из важнейших направлений в сфере связей с общественностью – взаимодействие с представителями СМИ: готовили и предоставляли журналистам информацию о деятельности ведомства, участвовали в подготовке заявлений и обращений руководства: «В современном обществе взаимодействие органов власти и СМИ является крайне актуальным в вопросах конструирования информационного пространства, созвучного с принципами демократии и рыночных преобразований. Одной из ключевых задач данного подразделения является реализация роли посредника между властью, масс-медиа и социумом» [4, с. 291]. В практике связей

с общественностью органов внутренних дел продолжалось использование одной-сторонней коммуникации.

В новейшей истории России отношения ОВД и СМИ значительно изменились, так как произошли кардинальные изменения в сферах жизни общества. Эти процессы обуславливали и способствовали оптимизации механизма взаимодействия двух социальных институтов: «... между приемами прямолинейной ведомственной пропаганды и требованиями, предъявляемыми рыночно институализированными СМИ к партнерскому взаимодействию коммуникаторов... между символизацией образа ОВД как силовой, военной, репрессивной организацией и социально ориентированными ожиданиями общественности относительно милиции...» [5, с. 5].

С 2003 года деятельность ОВД в сфере связей с общественностью активизировалась в связи с проведенной административной реформой, предусматривающей в качестве одного из важнейших направлений повышение эффективности взаимодействия органов власти и гражданского общества. Были приняты нормативные правовые акты, увеличена штатная численность специализированных подразделений, в Академии управления МВД России организованы курсы повышения квалификации сотрудников по связям с общественностью. По проблемным вопросам взаимодействия ОВД с институтами гражданского общества были приняты ключевые организационные меры [6], которые впоследствии были продлены до 2014 года [7].

Связи с общественностью в деятельности ОВД определялись как специальная функция управления, «...представляющая собой особое направление управленческой деятельности ОВД, ориентированная на формирование развитой системы их коммуникаций с различными субъектами общественности, обеспечение аппаратов управления информацией о состоянии социальной среды их функционирования» [8, с. 7]. При этом,

связи с общественностью обеспечивали учет данной информации при принятии управленческих решений, влияющих как на внутреннюю систему ОВД, так и на внешнюю среду их функционирования. Так в практике связей с общественностью ОВД появилась двусторонняя асимметричная модель коммуницирования.

Концептуальное понимание особенностей связей с общественностью в ОВД включает два принципиальных аспекта. Во-первых, ОВД – это важнейший социальный институт, специфика деятельности которого обусловлена необходимостью удовлетворения фундаментальных потребностей граждан в достаточном уровне личной и общественной безопасности. Во-вторых, успешное решение задач борьбы с преступностью невозможно силами только правоохранительных органов. В поддержании законности важнейшую роль играют и институты гражданского общества.

Связи с общественностью в ОВД способствовали вовлечению в движение за правопорядок все большего количества заинтересованных субъектов – граждан, общественных организаций, органов государственной власти. Возникла сложная коммуникационная сеть с многовекторным движением информации, которую необходимо было должным образом систематизировать, согласовывать, направлять, координировать.

Стремительное развитие нового информационно-телекоммуникационного пространства Интернет диктовало свои условия. Уровень разработки концепции связей с общественностью ОВД в начале XXI века не отвечал запросам времени. Отсутствовала актуальная двусторонняя симметричная модель коммуницирования правоохранительного органа с общественностью. Что вполне закономерно оказало негативное влияние на эффективность деятельности подразделений информации и общественных связей и ОВД в целом. Потенциал связей с общественностью остался неиспользованным, что повлекло за собой невозможность

решения целого ряда задач, стоящих перед милицией.

Тогда повышение эффективности связей с общественностью ОВД связывали с переходом от их понимания как деятельности «...путем информационно-коммуникативного воздействия на общественное мнение посредством пропаганды и информирования общественности к их пониманию как деятельности, направленной на диагностику окружающей социальной среды функционирования ОВД, информирование аппаратов управления о ее состоянии, консультирование сотрудников всех подразделений и служб ОВД относительно методов, форм и технологий организации связей с различными субъектами общественности» [8, с. 8].

В этих условиях назрела необходимость реформирования органов внутренних дел. С вступлением в силу Федерального закона «О полиции» [9], закрепившего новые правовые и организационные принципы деятельности института полиции, установление широкого диалога с обществом способствовало информационной открытости в деятельности органов внутренних дел.

Идея реформы органов внутренних дел – служение гражданам, обществу, его институтам на основе открытости, прозрачности, доступности, взаимопонимания и сотрудничества предполагает организацию работы по связям с общественностью на качественно более высоком уровне. Активнее стали использоваться передовые технологии связей с общественностью, где была обязательной обратная связь, началось создание и постепенная институционализация организационных структур, осуществляющих эту работу.

В современных условиях функция управления связями с общественностью в ОВД является важнейшим условием успешной деятельности всего ведомства. Именно связи с общественностью выполняют важнейшую роль в организации и принятии эффективных управленческих

решений. С появлением и активизацией коммуникационного пространства Интернет в практике связей с общественностью ОВД назрела необходимость перехода к двусторонней симметричной модели, отвечающей потребностям общества.

С 2011 г. в Министерстве внутренних дел России вместо Управления общественных связей начинает функционировать Управление по взаимодействию с институтами гражданского общества и средствами массовой информации [10]. Управление успешно провело работу по совершенствованию нормативно-правовой базы, которая регламентировала деятельность подразделений информации и общественных связей территориальных органов МВД России.

В компетенции Управления – решение задач по организации информирования граждан о деятельности МВД России через СМИ и сеть Интернет и координация работы по информационному сопровождению деятельности территориальных органов МВД России.

Также в функции Управления входит организация круглосуточного мониторинга и анализа материалов СМИ и сети Интернет о деятельности органов, организаций, подразделений системы МВД России и незамедлительное реагирование на материалы, содержащие недостоверные или порочащие честь и достоинство сведения о их деятельности, а также их должностных лиц.

На сегодняшний день фиксируется достаточный уровень взаимодействия ОВД с общественностью – установление сотрудничества на основе взаимопонимания и доверия является приоритетом. Один из механизмов решения этой задачи – совершенствование технологий взаимодействия со СМИ.

Главным недостатком в существующей в ОВД системе управления общественными отношениями является сохранение однонаправленного информационного воздействия на общественность посредством двух моделей

коммуницирования – информационной и пропагандистской. На сегодняшний день «...особенностью современной ситуации в пространстве публичной правоохранительной коммуникации системы управления органов внутренних дел является преобладающее применение ассиметричной двусторонней модели коммуникации, для которой характерно преобладание информационно-пропагандистского формата взаимодействия...» [11] с институтами гражданского общества.

Преобладающими в деятельности подразделений информации и общественных связей ОВД остаются паблисити и информирование общественности. Обе модели представляют собой однонаправленное коммуникативное воздействие, нацеленное на распространение информации. Используя эти модели, субъект PR-деятельности добивается своей прагматической цели, его интересы стоят выше, чем интересы общественности [12].

В действительности же цель связей с общественностью ОВД гораздо шире. Она должна включать в себя двусторонний информационный обмен, развитую систему доверительных отношений с общественностью, и как следствие – налаживание такого взаимодействия, которое бы стимулировало граждан оказывать содействие полиции в обеспечении правопорядка.

На сегодняшний день условиями, оказывающими влияние на PR-деятельность ОВД, являются активизация институтов гражданского общества, возрастание роли общественности во всех сферах жизни общества, развивающаяся стремительными темпами система массовой коммуникации. В связи с этим, востребованность технологий связей с общественностью в ОВД как механизма построения равноправного (двустороннего симметричного) диалога полиции с общественностью актуальна.

Среди современных условий развития связей с общественностью ОВД отметим законодательно утвержденную информационную открытость, стремление

более широкого использования в своей управленческой деятельности обратной связи, результатов мониторингов общественного мнения, усиление социальной ответственности за принятые решения.

В настоящее время полиция является одним из самых активно обсуждаемых в публичном информационном пространстве социальных институтов. Деятельность правоохранительного органа настолько важна гражданам, что не оставляет никого из них равнодушным. Тем не менее, в обстановке чрезмерной критичности подразделения информации и общественных связей ОВД при реализации своих функций исходят из принципов наступательности, информируя об эффективной работе полиции и пропагандируя неминуемость наказания за нарушение закона.

В экспертном докладе «Открытость государства в России – 2020» [13], где представлен рейтинг открытости федеральных органов исполнительной власти, в деятельности МВД России максимально высоко оценен уровень открытых данных (представленность открытых данных в публичном пространстве), средние показатели имели уровень открытости ведомства (оценка официального сайта ведомства и оценка работы с представителями средств массовой информации) и уровень социального диалога (использование социальных сетей как инструмента для диалога с гражданами и функционирование общественных советов), низких показателей нет.

Современные связи с общественностью в ОВД являются управленческой деятельностью, предполагающей взаимодействие, организованное с помощью технологий связей с общественностью, с обязательным каналом обратной связи. С учетом актуальности информационно-телекоммуникационного интернет-пространства, где развита субъект-субъектная модель, диалоговая (двусторонняя симметричная) коммуникация ОВД с общественностью находится только на стадии формирования.

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Наумкин Ю.В., Кокарев В.Л. Историко-правовые вопросы использования возможностей массовой информации в укреплении правопорядка // Бизнес в законе. 2012. № 3. С. 14–19.
2. Grunig J.E., Hunt T. *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston: New York, 1984. 550 p.
3. Благоразумный А.А., Коробов В.Б. *Организация общественных связей органов внутренних дел*. М., 2004. 164 с.
4. Кошелев А.А. Структура и функциональные характеристики современной пресс-службы // Научный альманах. 2017. № 3–2 (29). С. 291–293.
5. Комлев Ю.Ю. *Органы внутренних дел и средства массовой информации: от общественной осведомленности к оптимальному взаимодействию*. Казань, 2001. 171 с.
6. Приказ МВД России № 718 от 05.09.2005 г. «Об утверждении Концепции совершенствования взаимодействия МВД РФ со СМИ и общественными объединениями на 2005–2008 годы».
7. Приказ МВД России № 1 от 01.01.2009 г. «Об утверждении Концепции совершенствования взаимодействия МВД РФ со СМИ и общественными объединениями на 2009–2014 годы».
8. Колесник К.С. *Связи с общественностью в системе управления органами внутренних дел (социологический анализ): автореф. дис. ... канд. соц. наук*. М., 2005.
9. Федеральный закон от 7 февраля 2011 г. № 3-ФЗ «О полиции» [Электронный ресурс] // Доступ из справочной правовой системы «КонсультантПлюс».
10. Приказ МВД России от 16.06.2011 № 683 «Об утверждении Положения об Управлении по взаимодействию с институтами гражданского общества и СМИ МВД РФ».
11. Васильева И.Н. *Потенциал социально-коммуникативных технологий в системе управления органов внутренних дел Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. соц. наук*. М., 2020.
12. Шишкина М.А. *Паблик рилейшинз в системе социального управления*. СПб.: Паллада-медиа, 2002. 444 с.
13. Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Otkrytost-2020.pdf>

## REFERENCES:

1. Naumkin Yu.V., Kokarev V.L. Historical and legal issues of using the possibilities of mass information in strengthening the rule of law // *Business in law*. 2012. No. 3. P. 14–19.
2. Grunig J.E., Hunt T. *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston: New York, 1984. 550 p.
3. Blagorazymny A.A., Korobov V.B. *Organization of public relations of internal affairs bodies*. M., 2004. 164 p.
4. Koshelev A.A. Structure and functional characteristics of the modern press service // *Scientific Almanac*. 2017. No. 3–2 (29). P. 291–293.
5. Komlev Yu.Yu. *Internal Affairs Agencies and the Media: From Public Awareness to Optimal Interaction*. Kazan, 2001. 171 p.
6. Order of the Ministry of Internal Affairs of Russia No. 718 of 05.09.2005 «On approval of the Concept for improving the interaction of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation with the media and public associations for 2005–2008».
7. Order of the Ministry of Internal Affairs of Russia No. 1 of 01.01.2009 «On approval of the Concept for improving the interaction of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation with the media and public associations for 2009–2014».
8. Kolesnik K.S. *Public relations in the management system of internal affairs bodies (sociological analysis): abstr. dis. ... Cand. of Sociology*. M., 2005.

9. Federal Law of February 7, 2011 No. 3-FZ «On the Police» [Electronic resource] // Access from the reference «ConsultantPlus» legal system.

10. Order of the Ministry of Internal Affairs of Russia dated June 16, 2011 No. 683 «On approval of the Regulations on the Department for Interaction with Civil Society Institutions and the Media of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation».

11. Vasilyeva I.N. The potential of social and communication technologies in the management system of the internal affairs bodies of the Russian Federation: abstr. dis. ... Cand. of Sociology. M., 2020.

12. Shishkina M.A. Public relations in the system of social management. SPb.: Pallada-media, 2002. 444 p.

13. Official website of the Accounts Chamber of the Russian Federation. <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Otkrytost-2020.pdf>.