

УДК 342.9

*И. С. Чалевич,
курсант 2-го курса факультета милиции
Могилевского института МВД
Научный руководитель: А. А. Деминская,
преподаватель кафедры административной деятельности
факультета милиции
Могилевского института МВД*

ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ В КОНТЕКСТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В основном общественное мнение о системе органов внутренних дел (далее — ОВД) формируется средствами массовой информации (далее — СМИ). В системе управления ОВД, в частности в механизмах прямой и обратной связи, присутствует целый ряд каналов поступления информации. Это социальные опросы и телефоны доверия, анализ обращений граждан, мониторинг материалов СМИ, их контент-анализ, встречи сотрудников руководящего звена и рядового состава органов внутренних дел с населением по месту жительства, работы, учебы. Но, к сожалению, не все каналы общения дают положительный результат.

В этом контексте следует учитывать то, что в современном контексте информация приобретает новые качества, которые могут быть выражены в двух направлениях.

Во-первых, информация в современном мире является очень ценным ресурсом и составляет основу культурного, идеологического и экономического влияния. В свою очередь, СМИ, являясь самостоятельными, довольно активно участвуют в политике и бизнесе. Результатом такого взаимодействия является появление различных инфраструктур, усиление конкуренции на информационном рынке.

Во-вторых, СМИ оказывают большое влияние на жизнь общества в современном мире, выступают как посредники сообщения и массовой аудитории, что подчеркивает их силу, так как они полностью контролируют проходящую мимо них информацию. Бывает достаточно одной статьи в СМИ или одной программы, чтобы в масштабах всей страны поднять или снизить рейтинг доверия к ОВД [1, с. 17].

В настоящее время руководителям подразделений необходимо анализировать, как СМИ влияют на общественное мнение, и оперативно реагировать

на общественное недовольство. Для этого требуется прилагать значительные усилия для формирования положительного образа, стремиться к общественной поддержке через СМИ, что отражено в соответствующих законодательных актах. Положительный образ милиции способствует более эффективному взаимодействию с населением, контролю уровня преступности и выполнению кадровых задач подразделениями.

Многие СМИ, стремясь повысить свой рейтинг и количество просмотров, активно освещают криминальную проблематику, однако практически не оставляют места для комментария сотрудникам ОВД. Отдельные региональные или местные правоохранительные органы не имеют пресс-служб, а также служб по связям с общественностью, что является одной из причин распространения в обществе правового нигилизма и приводит к низкому уровню престижа ОВД и правоохранительной системы в целом.

Необходимо отметить, что у сотрудников пресс-службы ОВД могут возникать сложности при коммуникации с прессой. Обычно журналисты не имеют юридического образования и недостаточно понимают деятельность правоохранительных органов. Это может привести к некорректным юридическим выводам и оценкам. Результат недопонимания сотрудников и журналистов — трудности в их взаимодействии.

В настоящее время ОВД активно используют СМИ для общения с массовой аудиторией и пропаганды своей деятельности. Руководство ОВД грамотно и корректно использует коммуникативные возможности СМИ для максимального охвата аудитории в целях достижения объективного освещения правоохранительной деятельности и вклада в обеспечение правопорядка. Роль СМИ в формировании положительного имиджа ОВД заключается в том, что сотрудники ОВД посредством СМИ грамотно информируют общество, препятствуя распространению слухов, а также квалифицированно отвечают на негативные комментарии.

1. Богданкевич А. Ю. Формирование общественного мнения о деятельности органов внутренних дел в контексте взаимодействия со средствами массовой информации // Сб. ст. победителей науч. работ, выполненных обучающимися Акад. МВД Респ. Беларусь в 2018 г. Минск : Акад. МВД, 2018. С. 15–21. [Вернуться к статье](#)