

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

SOCIOLOGICAL SCIENCES

Оригинальная статья / Original paper
<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-1-114-127>
УДК 659.4:351.74



Влияние средств массовой информации⁴ на доверие граждан к полиции: стратегии эффективной коммуникации

О.В. Зуева ✉

Академия управления МВД России, г. Москва, Российская Федерация

✉ olgazueva-l@ramler.ru

Аннотация. Введение. Статья посвящена анализу влияния СМИ на уровень доверия граждан к полиции, а также разработке стратегий эффективной коммуникации для укрепления этого доверия. В условиях современного общества СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения о деятельности различных государственных институтов, включая полицию. С развитием цифровых СМИ и мобильных приложений влияние СМИ на общественное доверие становится более очевидным. Позитивное либо негативное освещение в СМИ может существенно повлиять на общественные настроения, а следовательно – и на эффективность работы полиции.

Материалы и методы. На основе проведенного анализа теоретических и эмпирических исследований социологов и медиа специалистов, автор анализирует механизмы, посредством которых СМИ влияют на уровень доверия граждан. Контент-анализ публикаций в цифровых СМИ и мобильных приложениях позволил выделить проблемные аспекты в области размещенного контента. Фокус-групповое исследование позволило отметить положительные тенденции во взаимодействии полиции с традиционными СМИ.

Результаты исследования. К ключевым проблемам, препятствующим эффективной коммуникации, относятся: недостаточный уровень цифровой грамотности сотрудников, отвечающих за размещение информации, отсутствие заинтересованности и понимание важности цифрового взаимодействия, недостаток ресурсов, направленных на разработку и поддержку цифровых платформ.

⁴ Далее – СМИ.

Обсуждение и заключение. В статье подчеркивается значимость взаимодействия полиции со СМИ, внедрения механизмов обратной связи, повышения уровня медийной грамотности полицейских, а также важность открытости коммуникации в управлении доверием граждан. Автор указывает на необходимость адаптации коммуникационных стратегий к современным реалиям цифрового пространства.

Ключевые слова: средства массовой информации, общественное доверие, полиция, общественное мнение, эффективная коммуникация, цифровые СМИ, мобильные приложения, прозрачность и открытость информации.

Для цитирования: Зуева О.В. Влияние средств массовой информации на доверие граждан к полиции: стратегии эффективной коммуникации. *Вестник Майкопского государственного технологического университета*. 2025;17 (1):114–127. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-1-114-127>

Impact of mass media on citizens' confidence in the police: strategies for effective communication

O.V. Zueva ✉

*Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia,
Moscow, the Russian Federation*

✉ olgazueva-l@ramler.ru

Abstract. Introduction. The article analyzes the impact of the media on the level of public trust in the police, as well as the development of effective communication strategies to strengthen this trust. In the context of modern society, the media play a key role in shaping public opinion about the activities of various government institutions, including the police. With the development of digital media and mobile applications, the influence of the media on public trust is becoming more obvious. Positive or negative media coverage can significantly affect public sentiment, and therefore the effectiveness of the police.

Materials and methods. Based on the analysis of theoretical and empirical studies by sociologists and media specialists, the author analyzes the mechanisms by which the media influence the level of public trust. Content analysis of publications in digital media and mobile applications has made it possible to identify problematic aspects in the field of posted content. Focus group research has made it possible to note positive trends in the interaction of the police with traditional media.

The Research results. The key problems hindering effective communication include: insufficient digital literacy of employees responsible for posting information, lack of interest and understanding of the importance of digital interaction, lack of resources aimed at developing and supporting digital platforms.

Discussion and conclusion. The article emphasizes the importance of police interaction with the media, the introduction of feedback mechanisms, improving the level of media literacy of police officers, as well as the importance of open communication in managing citizens' trust. The author points out the need to adapt communication strategies to the modern realities of the digital space.

Keywords: mass media, public trust, police, public opinion, effective communication, digital media, mobile applications, transparency and openness of information.

For citation: Zueva O.V. Impact of mass media on citizens' confidence in the police: strategies for effective communication. *Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta*. 2025;17 (1):114–127. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-1-114-127>

Введение. В современных обществах, где информация циркулирует на высоких скоростях, взаимодействие между полицией и средствами массовой информации становится одним из ключевых элементов успешного функционирования органов внутренних дел. Эффективная коммуникация между полицией и обществом способствует не только обеспечению общественной безопасности, но и укреплению общественного доверия к правоохранительной системе. Общественное доверие является необходимым условием для выполнения полицией её основных задач, поскольку оно способствует снижению уровня преступности. Анализ концепции общественного доверия и выявления основных факторов, которые лежат в её основе, позволяет сфокусироваться на роли СМИ, которые, как считается, формируют общественное мнение о полиции и доверие к ней.

Изучение проблемы доверия граждан к полиции является важной задачей как для социологии, так и для практики правоохранительных органов. Анализ социологических подходов позволяет глубже понять природу доверия как социального феномена. Гидденс рассматривает доверие как ключевой элемент социальных систем, особенно в условиях модерна. Он определяет доверие как ожидание надежности людей, систем или институтов, на основе которых строится чувство безопасности в условиях неопределенности. Гидденс подчеркивает, что доверие важно для взаимодействий в сложных обществах, где прямой контроль или полное знание невозможно [1]. Луман интерпретирует доверие как механизм снижения социальной сложности. Для него доверие – это инструмент, который позволяет людям принимать решения и действовать в условиях неопределенности, сокращая количество возможных сценариев будущего. Он делает акцент на том, что доверие основано на рискованных ожиданиях: человек доверяет, несмотря на возможность обмана

и разочарования [2]. Польский социолог Штомпка определяет доверие как социальный феномен, основанный на ожидании, что другие действуют в соответствии с определенными моральными нормами, правилами и ожиданиями. Доверие, по его мнению, является фундаментальной чертой социальных отношений и социальной структуры, которая формирует основу для стабильности и устойчивости общества. Он определяет доверие как основу для кооперации и легитимности социальных институтов [3]. Перечисленные подходы не являются исчерпывающими, вместе с тем многообразные социологические теории объединяет признание того, что доверие играет важнейшую роль в условиях неопределенности, упрощая взаимодействия и поддерживая социальный порядок.

К основным факторам, влияющим на доверие граждан к социальным институтам, в частности к полиции, следует отнести: личный опыт взаимодействия с полицией, социальные нормы и стереотипы, укоренившиеся в обществе, прозрачность работы полиции и её способность эффективно решать поставленные задачи, влияние СМИ.

Личный опыт взаимодействия играет ключевую роль в формировании доверия. Человек, который имеет положительный опыт взаимодействия с полицией, скорее всего будет доверять правоохранительным органам больше, чем тот, чей опыт был негативным. Тайлор и Хоган выделяют три основных фактора, влияющих на уровень доверия к полиции:

Качество межличностного взаимодействия – вежливость, уважение и этичность поведения сотрудников полиции при общении с гражданами;

Нейтральность принимаемых решений – отсутствие предвзятости и политического давления на процесс принятия решений;

Участие граждан – возможность для граждан высказывать свое мнение и влиять на решения полиции.

Данная теория доверия акцентирует внимание на том, что граждане оценивают деятельность полиции не столько с точки зрения ее эффективности, сколько с позиций справедливости, беспристрастности и открытости к взаимодействию с обществом. Повышение доверия к полиции, в соответствии с данной теорией, требует совершенствования именно процедурных аспектов ее работы [4].

Существенно влияют на уровень доверия к полиции общественные установки, стереотипы и социальные нормы. Штомпка подчеркивает, что доверие формируется через соблюдение моральных стандартов [3]. Если общественные нормы воспринимают полицию как инструмент несправедливости или дискриминации, это подрывает ее легитимность. Например, в странах, где полиция традиционно ассоциировалась с репрессивными режимами, доверие к ней остается низким даже после смены политического режима.

Прозрачность работы полиции и её способность эффективно решать поставленные задачи являются важными факторами для формирования доверия. Регулярные отчеты полиции о проведенных мероприятиях, доступ граждан к данным о её деятельности и открытость укрепляют ощущение справедливости и доверия. Указанный фактор выделен в качестве ключевого в рамках институционального подхода. Согласно институциональной теории, доверие граждан к полиции определяется их оценкой эффективности, подотчётности и стабильности данного института, а также наличием действенных институциональных гарантий, норм и правил, регулирующих деятельность правоохранительных органов [5]. Ключевые элементы институциональной теории доверия к полиции: эффективность – граждане будут доверять полиции, если убеждены в её способности эффективно выполнять возложенные на неё функции по обеспечению правопорядка и общественной безопасности; подотчётность – доверие

будет выше, если граждане уверены, что полиция действует подотчётно обществу и механизмы общественного контроля за её деятельностью являются действенными; институциональные гарантии – наличие чётких правовых норм, регулирующих полномочия и ограничения в деятельности полиции, будет способствовать росту доверия граждан; институциональная стабильность – доверие будет выше, если граждане воспринимают полицию как устойчивый и надежный институт, деятельность которого не зависит от политической конъюнктуры.

Широко распространено мнение, что фактором формирования доверия граждан к полиции являются СМИ. Согласно Луману, СМИ являются важным звеном в системе коммуникации и восприятия рисков [2]. Негативное освещение инцидентов, связанных с полицией, например, случаев коррупции или превышения полномочий, увеличивает чувство неопределенности и риск разочарования, подрывая доверие. Позитивные репортажи, напротив, создают основу для доверительных отношений, снижая социальную сложность. Таким образом, это распространённое мнение не кажется необоснованным, учитывая ещё и то, что СМИ являются основным источником информации о полиции для подавляющего большинства населения России.

Современные СМИ, к которым относятся традиционные СМИ (телевидение, радио, печатные издания), цифровые СМИ (онлайн-новости, социальные сети, подкасты и видеоблоги) и мобильные приложения, формируют, усиливают и одновременно подрывают доверие граждан к полиции. С одной стороны, возведение СМИ сотрудников полиции в статус супергероев повышает уровень доверия к полиции, а с другой, разоблачения жестокости полиции, коррупции и встречающиеся факты непрофессиональной деятельности, связанные с ошибками при расследовании преступлений, подрывают доверие обще-

ственности к полиции. Таким образом, СМИ имеют возможность формировать отношения между общественностью и полицией. Это обстоятельство мотивирует органы внутренних дел заниматься разработкой стратегических подходов, которые обеспечивали бы честность и прозрачность в коммуникациях.

Материалы и методы. В западной социологической мысли распространены два основных взгляда на влияние СМИ на общественное мнение: теория нулевого эффекта и теория сильного медиаэффекта. Сторонники первой утверждают, что эмпирические исследования не предоставляют убедительных доказательств связи между медиапотреблением и поведением, подчёркивая, что другие социальные факторы оказывают более значительное влияние [6]. Наиболее распространённой является позиция сильного медиаэффекта, согласно которой СМИ способны формировать общественные представления, влиять на политические предпочтения, эмоции и действия граждан.

Одной из первых теорий сильного медиаэффекта является «теория повестки дня» Маккомбса и Шоу (США) [7]. В ходе исследования президентских выборов в США 1968 года они установили, что СМИ не говорят аудитории, что думать, но определяют, о чём думать, формируя повестку дня. Существует значительная корреляция между темами, наиболее часто освещаемыми в СМИ, и темами, которые аудитория считает важными. Например, активное обсуждение проблем безопасности в СМИ приводит к тому, что граждане начинают считать их приоритетными. Эффект повестки дня усиливается, когда люди не имеют достаточных знаний и опыта в определённой области. Применительно к восприятию полиции акценты СМИ (например, успешные операции или скандалы с участием полицейских) формируют доверие или недоверие граждан к правоохранительным органам.

Теория фрейминга получила популярность благодаря исследованиям Гоффмана (США) [8] и Энтмана (США) [9]. Фрейминг – это способ представления информации, акцентирующий внимание на одних аспектах темы, упуская или минимизируя другие. Фреймы формируют контекст, в котором воспринимается информация, и влияют на интерпретацию событий аудиторией. Гоффман утверждал, что люди интерпретируют события через различные «рамки», структурирующие их восприятие. Энтман выделил три ключевых элемента фрейминга: выбор (акцентирование определённых аспектов), существующие рамки (использование общественных и культурных стереотипов) и интерпретация (влияние на то, как аудитория интерпретирует информацию). Фрейминг существенно влияет на формирование общественного мнения о конкретных явлениях или событиях. Например, представление проблемы преступности в СМИ может вызвать у аудитории ощущение угрозы или, наоборот, безопасности, в зависимости от выбранного фрейма. Разработка и использование различных фреймов – мощный инструмент, способный как укреплять, так и подрывать доверие к социальным институтам, включая полицию.

Джордж Гербнер (США) разработал «теорию культивации», утверждающую, что телевидение обладает «выравнивающим эффектом», приводящим к более однородным мнениям среди «заядлых» телезрителей. Продолжительное и регулярное потребление медиаконтента способствует формированию у аудитории специфического восприятия социальной реальности, ближе к медийной, чем к объективной действительности. Гербнер выделяет два уровня влияния: первичный эффект культивации (формирование общих представлений о мире, например, как об опасном месте) и вторичный эффект культивации (формирование конкретных мнений и стереотипов, например, о вы-

сокой преступности). Он вводит понятие «культуривационного дифференциала», измеряющего разницу в восприятии реальности между «тяжёлыми» (проводящими много времени перед экраном) и «лёгкими» зрителями [10].

Чем больше времени человек проводит за просмотром телевидения, тем сильнее его восприятие реальности приближается к медийным образам. Гербнер утверждает, что СМИ сформировали у граждан веру в то, что мир более криминогенный и опасный, чем есть на самом деле. Однако после нескольких десятилетий исследований имеется мало доказательств сильного прямого воздействия СМИ на общественное мнение. Тем не менее, теория культивации остаётся важным инструментом для анализа влияния СМИ на общество, подчёркивая, что массовые коммуникации не просто отражают реальность, но и активно участвуют в её конструировании.

Далее стали распространяться исследования СМИ, основанные на представлении о том, что общественность активно и сознательно потребляет медиа в корыстных целях – для удовлетворения или подкрепления, получения удовольствия и формирования идентичности и реагирует на это индивидуально, а не как пассивная гомогенная масса [11]. Исследование аудитории сместило фокус на вопросы о том, как разные аудитории интерпретируют медийные сообщения и придают им смысл, и предполагает, что разные группы населения будут реагировать индивидуально и по-разному на одно и то же медийное сообщение [12]. Известные ученые в области социологии и медиа исследований К. Грир и И. Маклафлин (США) [13] отмечают, что размещение информации о деятельности полиции влияют на политику борьбы с преступностью. Широкое распространение получила идея о том, что СМИ поддерживают миф об эффективной полиции, которая может контролировать преступность, и в то же время ослабляют доверие общественности из-за постоян-

ного контроля за деятельностью полиции, выраженного в разоблачении грубых ошибок и неправомерных действий сотрудников полиции [14].

Мелвин ДеФлер и Сандра Бал-Рокеач (США) [15] предложили концепцию «модели зависимого восприятия», акцентирующую внимание на роли СМИ как ключевых агентов в построении картины мира, особенно когда у людей ограничены альтернативные источники информации. Авторы утверждают, что воздействие СМИ на людей определяется степенью их зависимости от медиаресурсов для получения информации, формирования взглядов и понимания реальности. Чем выше эта зависимость, тем сильнее влияние медиа. Зависимость от СМИ формируется в зависимости от удовлетворения трёх ключевых потребностей: понимание (стремление понять события и явления), социализация (необходимость установления и поддержания социальных связей) и развлечение (поиск способов расслабления). В условиях неопределённости (кризисы, войны, политические изменения) зависимость от СМИ возрастает. Люди обращаются к медиа, чтобы получить достоверную информацию и справиться с чувством неопределённости. Уровень зависимости от СМИ варьируется в зависимости от социальных структур. В обществах с ограниченными альтернативными источниками информации, низким уровнем образования и сильной политической цензурой зависимость от СМИ выше. К основным условиям, усиливающим зависимость от СМИ, относятся: структурные изменения в обществе, информационная изоляция, кризисы и катастрофы, а также технологические инновации.

Изучаемая проблема не остается незамеченной в трудах российских специалистов. Современные российские исследователи подчёркивают значимость уровня политизации СМИ в процессе формирования общественного мнения. В условиях политической ангажированности масс-медиа информация может быть

представлена с определённым уклоном, что влияет на восприятие аудитории и её политические установки. Это подчёркивает необходимость критического подхода к потреблению новостного контента и осознания возможной предвзятости источников информации [16]. В работах Бараш Р.Э. рассмотрены особенности политической поляризации масс-медиа в России, влияние социальных медиа на общественно-политические установки граждан [17]. В условиях политической ангажированности СМИ информация о работе полиции может быть представлена в искажённом виде, что усиливает недовольство и снижает уровень доверия к органам власти.

Отечественные учёные исследуют конкретные механизмы и инструменты, с помощью которых СМИ воздействуют на общественное мнение. К таким инструментам относятся: фрейминг, установка повестки дня, использование эмоционально насыщенного языка (применение лексики, вызывающей сильные эмоциональные реакции, для усиления влияния сообщения на аудиторию). Понятие фрейминга, описанное выше, активно разрабатывается Филаткиной Г.С., Вьюгиной Д.М., Бабыной Д.А., которые подчёркивают важность выделения определённых аспектов событий, что, в свою очередь, влияет на общественное восприятие правоохранительных органов [18]. Например, акцентирование внимания на злоупотреблениях властью или случаях жестокости со стороны полиции может снизить уровень доверия к институту, тогда как освещение успешных операций способствует его укреплению.

Особое внимание уделяется анализу роли СМИ в кризисных ситуациях. Исследования показывают, что в периоды неопределённости и повышенной тревожности аудитория становится более восприимчивой к информации из медиаресурсов. Это подчёркивает ответственность СМИ за точность и объективность предоставляемых данных, поскольку распространение недостоверной или сенсационной инфор-

мации может усилить панику и негативные настроения в обществе [19]. Значимыми в этом контексте являются работы авторов, которые изучают влияние СМИ на оценку эффективности органов внутренних дел [20]. По мнению исследователей, медиа играют ключевую роль в формировании общественного мнения и могут либо укрепить доверие к правоохранительным органам, либо, наоборот, усилить недовольство и подозрения.

Рассмотренные методологические подходы, несмотря на свои особенности, подтверждают важную роль СМИ в формировании общественного мнения, а значит, и в формировании доверия граждан к полиции. Анализ воздействия СМИ позволяет не только разнообразно интерпретировать влияние медиа на общественные настроения, но и выявить сильные и слабые стороны каждого подхода, что способствует разработке более надёжной исследовательской стратегии. Это, в свою очередь, помогает избежать узости интерпретаций и учитывает культурные, социальные и политические особенности разных обществ.

Для более глубокого понимания того, как СМИ влияют на доверие граждан к полиции, необходимо опираться на результаты эмпирических исследований. Фокус-групповые исследования, проведённые Райнером (Германия), показали, что не только содержание сообщений, но и форма их подачи играет значительную роль в восприятии гражданами информации о преступности и действиях полиции [21]. Корреляционный анализ данных социологического опроса позволяет выявить связь между частотой освещения определённых видов преступлений в СМИ и восприятием правонарушений полицией респондентами [22]. Например, исследования Вайцера (США), основанные на сравнении результатов опросов до и после резонансных инцидентов с участием полиции, выявили существенное влияние таких событий на общественное

мнение о деятельности правоохранительных органов. Впрочем, спустя несколько лет общественное доверие возвращалось к своему первоначальному уровню [23].

Работы Хол К., профессора криминологии Лондонского университета, также подтверждают влияние СМИ на общественное восприятие полиции. Исследуя с помощью опросов и контент-анализа популярные британские газеты, Хол выявила, что различные издания акцентируют внимание на деятельности полиции в разной степени. Например, газета «Daily Mail» освещала полицейскую деятельность с наибольшей интенсивностью, при этом преобладание негативных материалов о полиции наблюдалось в её содержании. Контент-анализ показал, что за трёхлетний период количество отрицательных статей в «Daily Mail» значительно превышало количество положительных. Опросы читателей подтвердили, что доверие к полиции у тех, кто регулярно читал эту газету, было значительно ниже, чем у читателей других изданий [24].

Современные отечественные исследования также подчёркивают важность СМИ в формировании общественного мнения о полиции. Большая часть законопослушных граждан, не имея прямого контакта с правоохранительными органами, получает информацию о полиции именно из медиа. Как отмечает В.Л. Мищенко, «в современном мире информационная сфера является одним из ключевых факторов целенаправленного формирования позитивного общественного мнения о полиции» [25, с. 47]. Однако в сети Интернет часто циркулирует информация с негативным вектором, распространяемая как через «личные мнения», так и через фальшивые или манипулятивные материалы. Это включает в себя «вбросы» криминальной информации, распространение фейков и негативных отзывов в социальных сетях о деятельности полиции, что формирует у граждан представление о недостаточности усилий со стороны правоохранителей.

Таким образом, информированность граждан является важным фактором, влияющим на общественное мнение о деятельности полиции. Полученная информация негативного характера воспринимается как неудача в работе полицейских, вызванная как недостаточностью превентивных мер по обеспечению безопасности, так и ошибками в последующих действиях. Однако если полиция действует открыто, «прозрачно» и готова к диалогу с обществом, то доступность и точность информации может положительно сказаться на уровне доверия к правоохранительным органам. Адекватное объяснение своих действий и постоянная коммуникация с гражданами способствует взаимопониманию и укреплению доверия.

Результаты исследования. Анализ результатов исследований в 2022, 2023 и 2024 гг., проведённых социологическими центрами, свидетельствует о положительной динамике уровня доверия граждан сотрудникам российской полиции. По данным ВЦИОМ, 6 из 10 наших сограждан доверяют полиции своего региона (62 %) [26]. Проблема доверия к полиции волнует не только общество, но и самих сотрудников полиции. В ходе анкетирования руководителей территориальных органов внутренних дел МВД России стало ясно, что многие сотрудники полиции осознают, что проблема недоверия граждан к органам внутренних дел существует и является серьёзной. Они признают, что такое недоверие может быть вызвано различными факторами, такими как нарушения прав граждан со стороны полицейских, недостаточная эффективность работы полиции или коррупция внутри органов внутренних дел. Вместе с тем ключевым фактором, по их мнению, является влияние СМИ на общественное мнение⁵.

⁵ Социологический опрос руководителей территориальных ОВД МВД России в форме анкетирования проводился в период с февраля по март 2023 г.

Генеральный директор Фонда ВЦИОМ, член президиума Общественного совета МВД России Абрамов К., комментируя рост уровня доверия к российской полиции в 2022 и 2023 гг., отметил, что положительный результат виден благодаря целенаправленной работе, связанной с повышением эффективности подразделений МВД России, и изменению отношения в обществе к представителям данной профессии. Налаживание обратной связи с населением, вовлечение во взаимодействие со структурами МВД общественных советов и равнодушных граждан во всех регионах России, серьезная медийная поддержка оказали существенное влияние на позитивное отношение к полиции [26].

Эффективная коммуникация – это важная часть деятельности полиции, направленная на повышение доверия общественности. Цель повышения доверия общественности к деятельности полиции прочно вошла в систему управления служебной деятельностью органов внутренних дел. Современная полиция должна заниматься не только предотвращением преступности, расследованием и поиском преступников, но также налаживанием взаимоотношений с общественностью, которой она служит. Важность мер доверия в современной полицейской деятельности перекликается с большим объемом исследований, которые предполагают, что доверие к полиции лежит в основе её легитимности. Помимо моральных и этических основ легитимности полиции в обществе, доверие к полиции важно на практическом уровне – оно имеет решающее значение для готовности общественности сообщать о преступлениях, сотрудничать с полицией и подчиняться полицейским приказам.

Эффективная внешняя коммуникация в органах внутренних дел Российской Федерации зависит, прежде всего, от эффективности работы подразделений информации и общественных связей территориальных органов МВД России. С целью разработки предложений по по-

вышению уровня доверия к сотрудникам полиции в марте 2024 г. было проведено фокус-групповое исследование, участниками которого выступили руководители подразделений информации и общественных связей территориальных органов МВД России. Участники фокус-группы подчеркнули важность информационных поводов в формировании доверия граждан полиции и в связи с этим указали на качественные изменения в информационной политике органов внутренних дел. Экспертами были выделены основные факторы, влияющие на уровень доверия к сотрудникам полиции: эффективность взаимодействия полиции с гражданами и со СМИ; личный опыт взаимодействия с сотрудниками отдельных подразделений; социально-экономические особенности и общественно-политическая ситуация в регионе; информационная повестка и информационный повод, ориентированные на показ сотрудника-героя и защитника; высокая прозрачность деятельности полиции. Сотрудники отметили качественные изменения в подходах, которые используются в работе. Наблюдается увеличение количества положительной информации о деятельности сотрудников, о героических поступках полицейских.

Несмотря на наметившуюся положительную динамику, нельзя не отметить ряд проблемных моментов, требующих решения. Использование традиционных СМИ стало малоэффективно. Значительная часть населения, прежде всего молодежь, получает информацию из цифровых СМИ и мобильных приложений. В условиях стремительного развития технологий и роста интернет-пользователей органы государственной власти сталкиваются с необходимостью адаптации своих методов информирования граждан к новым реалиям. Однако, несмотря на очевидные преимущества, использование цифровых средств в государственных структурах, в том числе и в органах внутренних дел, по-прежнему остаётся на недостаточно

высоком уровне. К основным причинам низкой эффективности их использования относятся: недостаточный уровень цифровой грамотности сотрудников, отсутствие заинтересованности и понимания важности цифрового взаимодействия, недостаток ресурсов, направленных на разработку и поддержку цифровых платформ.

Кроме того, представители правоохранительного института не всегда создают контент, который мог бы быть интересен для граждан. В первую очередь это касается молодежи, которая перестала обращаться к традиционным СМИ. В настоящее время в полицейской структуре не создана ни одна цифровая платформа, где активными пользователями являлись бы молодые люди, не имеющие отношения к полиции. Количество молодых подписчиков у официальных представителей органов внутренних дел не позволяет оказывать эффективное воздействие на формирование общественного мнения. Например, у официального представителя МВД России Ирины Волк на ноябрь 2024 г. – 38 750 подписчиков в Telegram. При этом у активного общественного деятеля Екатерины Мизулиной – 865 860 подписчиков. Специфика деятельности последней вызывает интерес целевой аудитории, выбранные ею форматы взаимодействия, постоянный диалог с молодым поколением позволяют говорить о ее влиянии на молодежь. Вместе с тем в рейтинге ТОП-30 Telegram-каналов в октябре 2024 года, составленного на основе Индекса цитируемости «Медиалогии», Telegram-канал Ирины Волк занял 15-е место, а Екатерины Мизулиной – 30-е. В ноябре 2024 г. канал агрегат «Пул Telegram» и площадка «The World Inform» подготовили рейтинг 100 лучших российских Telegram-каналов. Авторский канал Ирины Волк занял почетное 5-е место. На основании изложенного мы можем констатировать, что размещенный контент официального представителя МВД России Ирины Волк вызывает интерес у аудитории. Вместе с тем скромное количество подписчиков не

позволяет в полной мере воздействовать на общественное мнение с целью укрепления доверия граждан к полиции.

Обсуждение и заключение. Существует некая связь между низким доверием к полиции с дефицитом знаний общественности о реальных показателях преступности и отсутствием понимания работы полиции. Это наводит на мысль о том, что предоставление информации, направленной на просвещение общественности, может привести к сужению как знаний, так и доверия. Чтобы изменить ситуацию в лучшую сторону и сделать коммуникацию более эффективной, необходимо сосредоточиться на стратегических подходах, способных улучшить качество информации и повысить степень доверия и вовлеченности среди населения. Данные подходы должны охватывать все СМИ, как традиционные, так и цифровые.

Для минимизации негативного влияния СМИ и повышения уровня доверия необходимы следующие стратегии: мониторинг общественного мнения; прозрачность и открытость; партнерство с медиаресурсами; использование цифровых платформ; обучение сотрудников коммуникативным навыкам.

Регулярные социологические исследования позволяют отслеживать динамику доверия граждан и выявлять наиболее уязвимые аспекты взаимодействия с полицией. Первым шагом к построению эффективной коммуникации является опрос общественности о том, какая информация от полиции является для них полезной и информативной. Как правило, общественность желает получать больше информации от полиции, чем она в настоящее время располагает, и источником данной информация должна быть непосредственно полиция.

Предоставление информации полицией должно стать неотъемлемой частью диалога между общественностью и полицией. Целесообразно придерживаться следующих принципов взаимодействия

полиции, основанных на удовлетворении общественности в информации:

1. Информация должна быть мгновенно распознана, как исходящая от полиции. Это крайне важно для того, чтобы обеспечить интерес граждан к ней и чтобы предоставленная информация была прочитана.

2. Информация должна относиться к ближайшему району проживания.

3. Должна быть предоставлена информация о местных проблемах с преступностью и о беспорядках. Люди хотят знать о местных проблемах, о действиях полиции для их решения и, по возможности, о результатах этих действий.

4. Информация должна сделать полицию более доступной. Люди хотят знать о том, как связаться с полицией. Для этого необходимо предоставить сведения о контактных данных местной полицейской службы, о часах работы участковых, о графике приёма граждан руководителя территориального органа, информацию о предстоящих публичных собраниях (отчётных мероприятиях).

5. Коммуникация должна быть инклюзивной. Стил – это важный компонент, и он должен быть профессиональным, но в то же время доступным. Необходимо избегать полицейского жаргона и технических терминов и не предполагать слишком больших предварительных знаний со стороны читателя.

Стратегия эффективной коммуникации и формирования общественного мнения должна быть ориентирована на повышение открытости и прозрачности работы полиции. В рамках данного подхода целесообразно обратить особое внимание на внедрение современных информационных технологий для информирования граждан. Предлагается изучить возможность создания и использования интерактивных онлайн-платформ, таких как информационные веб-порталы и мобильные приложения, отражающих актуальную деятельность ОВД; интегрировать на платформах функции обратной

связи, где граждане могут оставлять обращения и отзывы, регулярно обновлять контент, публиковать статистические данные, отчеты, интервью с руководством полиции.

Развитию открытости и прозрачности работы полиции способствует активное использование социальных медиа. В частности, развитие официальных аккаунтов полиции в популярных социальных сетях (ВКонтакте, Телеграмм и др.); оперативное информирование граждан о текущих событиях, розыске подозреваемых, профилактических мероприятиях; организация прямых эфиров, онлайн-трансляций с участием руководителей органов внутренних дел.

Целесообразно внедрение интерактивных цифровых сервисов: разработка онлайн-сервисов для подачи гражданами обращений в полицию; создание виртуальных помощников, чат-ботов для предоставления населению справочной информации. Применение технологий дополненной и виртуальной реальности, например, виртуальных экскурсий по музеям, выставкам, посвящённым истории и современной деятельности органов внутренних дел, позволит наладить более широкие контакты с аудиторией.

Управлению общественными связями МВД России необходимо взять под контроль развитие системы видеoinформирования, включающую организацию на официальных Интернет-ресурсах полиции тематических видеороликов, онлайн-трансляций пресс-конференций; размещение видеороликов, информационных экранов в общественных местах с демонстрацией контента о работе органов внутренних дел.

Комплексное применение указанных передовых методов позволит сделать информирование граждан о деятельности полиции более интерактивным, доступным и в то же время оперативным, что будет способствовать росту доверия населения к правоохранительным органам.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

CONFLICT OF INTERESTS

The author declares no conflict of interests

ЛИТЕРАТУРА

1. Гидденс Э. Последствия современности / пер. с англ. Г.К. Ольховикова, Д.А. Кибальчича. М.: Праксис, 2011.
2. Луман Н. Общество общества. М: Логос, 2011.
3. Штомпка П. Доверие – основа общества. М.: Логос, 2016.
4. Hogan M.J., Tyler T.R. Procedural Justice and Policing: A Rush to Judgment? // Annual Review of Law and Social Science. 2013. Vol. 9. P. 119-141. DOI:10.1146/annurev-lawsocsci-110316-113318
5. Levi M.A., Levi M. State of Trust [Electronic resurce] // Trust and Governance. New York: Russell Sage Foundation, 1998. P. 77-101. URL: https://www.academia.edu/123269549/Trust_and_Governance (дата обращения 24.11.2024).
6. Barker M., Petley J. Ill Effects: The Media Violence Debate, 2nd Edition. London: Routledg, 1996.
7. McCombs M., Reynolds A. How the news shapes our civic agenda. Media Effects: Advances in Theory and Research, 2009ю No. 1. P. 1-16. URL: <https://www.researchgate.net/publication/285226521> (дата обращения 24.11.2024).
8. Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press, 1974.
9. Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and US Foreign Policy / Entman R.M. [et al.] // Chicago: Univ. of Chicago Press. 2004.
10. Blumler J., Katz E. The Uses of Communications. Beverly Hills, CA: Sage, 1974.
11. Livingstone S. The scope and context of media effects research. In: Curran, J. and Gurevitch, M.: Mass media and society, 2nd Edition. London: Edward Arnold: 1996. P. 305-324. URL: https://www.researchgate.net/publication/247032863_On_the_continuing_problems_of_media_effects_research (дата обращения 30.11.2024).
12. Davis A. Media effects and the question of the rational audience: lessons from the financial markets. Media, Culture and Society. 2006. No. 28 (4). P. 603-625 DOI:10.1177/0163443706065035
13. Greer C. And McLaughlin, E. «Trail by media»: Policing, the 24-7 news media sphere and the «politics of outrage». Theoretical Criminology. 2011. No. 15 (1). P. 23-46.
14. Garland D. The culture of control. Crime and Social Order in Contemporary Society. Oxford: Oxford University Pres, 2001. DOI:10.1590/S0104-44782003000100015.
15. DeFleur M., Ball-Rokeach S. Theories of Mass Communication. New York: Longman, 1989.
16. Алексеева К.И. Средства массовой информации и политика [Электронный ресурс] // NovaInfo, 2016. № 48. С. 340-343. URL: <https://novainfo.ru/article/7098> (дата обращения: 20.01.2025).
17. Бараш Р.Э. Социальные медиа как фактор формирования общественно-политических установок, российский контекст // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2 (168). С. 430-453.
18. Филаткина Г.С., Вьюгина Д.М., Бабына Д.А. Установление повестки дня и теория фрейминга: обзор романо-германских исследований // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. № 3 (11). С. 473-488. DOI 10.17150/2308-6203.2022.11 (3). 473-488
19. Плющ А.Н. Об информационном влиянии политических субъектов на электорат // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 77-86.
20. Зуева О.В., Демидов Н.Н. Влияние СМИ на оценку эффективности деятельности полиции (по результатам социологических исследований) // Вестник ВолГУ. Серия, 7. Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 3 (33). С. 79-84.

21. Reiner R. Mass Media Criminality: The Representation of Crime. In: Maguire, M., Morgan, R. and Reiner, R. Eds. *The Oxford Handbook of Criminology*. Oxford: Oxford University Press, 1997. P. 189-231. URL: https://www.researchgate.net/publication/30528841_Media_made_criminality_The_representation_of_crime_in_the_mass_media. (дата обращения 30.11.2024).

22. Dowler K., Zawilski V. Public perceptions of police misconduct and discrimination: Examining the impact of media consumption. *Journal of Criminal Justice*. 2007. No. 35 (2). P. 193-203. URL: https://www.researchgate.net/publication/223633020_Public_Perceptions_of_Police_Misconduct_and_Discrimination_Examining_the_Impact_of_Media_Consumption (дата обращения 04.12.2024).

23. Weitzer R. Incidents of police misconduct and public opinion // *Journal of Criminal Justice*. 2002. No. 30. P. 397-408. DOI: 10.1016/S0047-2352(02)00150-2

24. Хол К. Роль средств массовой информации и полицейской коммуникации в повышении доверия к полиции: новые подходы к анализу опросов и данных СМИ. М., 2011.

25. Десятова О.В. Условия формирования общественного доверия к полиции в контексте совершенствования правоохранительной деятельности [Электронный ресурс] // *Полицейская и следственная деятельность*. 2023. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-formirovaniya-obschestvennogo-doveriya-k-politsii-v-kontekste-sovershenstvovaniya-pravoohranitelnoy-deyatelnosti> (дата обращения 25.12.2024).

26. Доверие полиции: мониторинг [Электронный ресурс] // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-policii-monitoring>

REFERENCES

1. Giddens E. *Consequences of Modernity* / trans. from English by G.K. Olkhovikov, D.A. Kibalchich. M. Praxis, 2011.

2. Luhmann N. *Society of Society*. M.: Logos, 2011.

3. Sztompka P. *Trust is the Foundation of Society*. M.: Logos, 2016.

4. Hogan M.J., Tyler T.R. Procedural Justice and Policing: A Rush to Judgment? // *Annual Review of Law and Social Science*. 2013. Vol. 9. P. 119-141. DOI:10.1146/annurev-lawsocsci-110316-113318

5. Levi M.A., Levi M. *State of Trust* [Electronic resujrse] // *Trust and Governance*. New York: Russell Sage Foundation, 1998. pp. 77-101. URL: https://www.academia.edu/123269549/Trust_and_Governance (accessed November 24, 2024).

6. Barker M., Petley J. *Ill Effects: The Media Violence Debate*, 2nd Edition. London: Routledg, 1996.

7. McCombs M., Reynolds A. How the news shapes our civic agenda. *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 2009 No. 1. P. 1-16. URL: <https://www.researchgate.net/publication/285226521> (accessed November 24, 2024).

8. Goffman E. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press, 1974.

9. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and US Foreign Policy* / Entman R.M. [et al.] // Chicago: Univ. of Chicago Press. 2004.

10. Blumler J., Katz E. *The Uses of Communications*. Beverly Hills, CA: Sage, 1974.

11. Livingstone S. The scope and context of media effects research. In: Curran, J. and Gurevitch, M.: *Mass media and society*, 2nd Edition. London: Edward Arnold: 1996. pp. 305-324. URL: https://www.researchgate.net/publication/247032863_On_the_continuing_problems_of_media_effects_research (accessed 11/30/2024).

12. Davis A. Media effects and the question of the rational audience: lessons from the financial markets. *Media, Culture and Society*. 2006. No. 28 (4). P. 603-625 DOI:10.1177/0163443706065035

13. Greer C. And McLaughlin, E. «Trail by media»: Policing, the 24-7 news media sphere and the «politics of outrage». *Theoretical Criminology*. 2011. No. 15 (1). P. 23-46.

14. Garland D. The culture of control. Crime and Social Order in Contemporary Society. Oxford: Oxford University Press, 2001. DOI:10.1590/S0104-44782003000100015.
15. DeFleur M., Ball-Rokeach S. Theories of Mass Communication. New York: Longman, 1989.
16. Alekseeva K.I. Mass Media and Politics [Electronic resource] // NovaInfo, 2016. No. 48. P. 340-343. URL: <https://novainfo.ru/article/7098> (date of access: 20.01.2025).
17. Barash R.E. Social Media as a Factor in the Formation of Socio-Political Attitudes, the Russian Context // Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes. 2022. No. 2 (168). P. 430-453.
18. Filatkina G.S., Vyugina D.M., Babyna D.A. Agenda setting and framing theory: a review of Romano-Germanic studies // Issues of the theory and practice of journalism. 2022. No. 3 (11). P. 473-488. DOI 10.17150/2308-6203.2022.11 (3). 473-488
19. Plyushch A.N. On the informational influence of political entities on the electorate // Sociological studies. 2010. No. 1. P. 77-86.
20. Zueva O.V., Demidov N.N. The influence of the media on the assessment of the effectiveness of the police (based on the results of sociological research) // Bulletin of VolSU. Series, 7. Philosophy. Sociology and social technologies. 2016. No. 3 (33). P. 79-84.
21. Reiner R. Mass Media Criminality: The Representation of Crime. In: Maguire, M., Morgan, R. and Reiner, R. Eds. The Oxford Handbook of Criminology. Oxford: Oxford University Press, 1997. pp. 189-231. URL: https://www.researchgate.net/publication/30528841_Media_made_criminality_The_representation_of_crime_in_the_mass_media. (access date 30/11/2024).
22. Dowler K., Zawilski V. Public perceptions of police misconduct and discrimination: Examining the impact of media consumption. Journal of Criminal Justice. 2007. No. 35 (2). P. 193-203. URL: https://www.researchgate.net/publication/223633020_Public_Perceptions_of_Police_Misconduct_and_Discrimination_Examining_the_Impact_of_Media_Consumption (accessed 04.12.2024).
23. Weitzer R. Incidents of police misconduct and public opinion // Journal of Criminal Justice. 2002. No. 30. P. 397-408. DOI: 10.1016/S0047-2352(02)00150-2
24. Hall K. The role of the media and police communication in increasing trust in the police: new approaches to the analysis of surveys and media data. Moscow, 2011.
25. Desyatova O.V. Conditions for the formation of public trust in the police in the context of improving law enforcement activities [Electronic resource] // Police and investigative activities. 2023. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-formirovaniya-obshchestvennogo-doveriya-k-politsii-v-kontekste-sovershenstvovaniya-pravoohranitelnoy-deyatelnosti>
26. Police trust: monitoring [Electronic resource] // <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor-doverie-policii-monitoring>

Информация об авторе / Information about the author

Ольга Владимировна Зуева, кандидат социологических наук, доцент, заместитель начальника кафедры теории и методологии государственного управления. Академия управления МВД России, 125171, Российская Федерация, г. Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, e-mail: olgazueva-l@ramler.ru

Olga V. Zueva, PhD (Sociology), Associate Professor, Deputy Head of the Department of Theory and Methodology of Public Administration, Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Moscow, the Russian Federation, e-mail: olgazueva-l@ramler.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

The author has read and approved the final manuscript.

Поступила в редакцию 19.11.2024

Received 19.11.2024

Поступила после рецензирования 23.01.2025

Revised 23.01.2025

Принята к публикации 24.01.2025

Accepted 24.01.2025