

Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2024. № 4(65). С. 11–20  
*Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2024;4(65):11–20

Научная статья  
УДК 316.454.5(470)  
doi: 10.47598/2078-9025-2024-4-65-11-20

## УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ В РУСЛЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ

**Виктор Николаевич Антошкин**

Уфимский филиал Волжского университета водного транспорта, Уфа, Россия,  
Vicant21@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4318-1871>

**Аннотация.** В статье анализируется проблема управления общественным мнением. Общественное мнение является важным показателем эффективности деятельности российской полиции. Автор предлагает применять прогрессивные модели социальной коммуникации. Это позволит повысить качество работы правоохранительных органов.

**Ключевые слова:** социальная коммуникация, управление, общественное мнение, правоохранительные органы, полиция, социологическое исследование, социально-правовые институты

**Для цитирования:** Антошкин В. Н. Управление общественным мнением в русле повышения эффективности деятельности правоохранительных органов // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2024. № 4 (65). С. 11–20. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-4-65-11-20>.

Research article

## MANAGING PUBLIC OPINION IN LINE WITH IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF LAW ENFORCEMENT AGENCIES

**Victor N. Antoshkin**

Ufa branch of the Volga University of Water Transport, Ufa, Russia,  
Vicant21@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4318-1871>

**Abstract.** The article analyzes the problem of public opinion management. Public opinion is an important indicator of the effectiveness of the Russian police. The author suggests using progressive models of social communication. This will improve the quality of law enforcement agencies' work.

**Keywords:** social communication, management, public opinion, law enforcement agencies, police, sociological research, socio-legal institutions

**For citation:** Antoshkin V. N. Managing public opinion in line with improving the effectiveness of law enforcement agencies. *Vestnik BIST (Bashkirskogo instituta social`ny`x texnologij) = Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2024;4(65):11–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2024-4-65-11-20>.

Общество можно рассматривать не только как социальную систему, но и как систему социальных коммуникаций. Социальная коммуникация, в интерпретации автора данной ста-

тьи, понимается не только как обмен информацией между социальными субъектами, но и как обмен социальными действиями. Следовательно, социальная коммуникация — это

единство социальных взаимосвязей (информационный аспект) и социальных взаимодействий (энергетический аспект) [1].

Методологической основой такого подхода является теория символического интеракционизма. В этой теории упор делается на понимание процесса социального общения как обмена действиями (интеракция). Ставя в центр внимания коммуникаций поведение, Дж. Мид не игнорирует и информационную сторону общения — обмен как процесс копирования действий партнера и обмен ролями, носящими символический характер. Мид разработал социально-ролевую концепцию личности как совокупность моделей социального поведения человека определенного социального статуса [2, с. 210–212]. В правоохранительных органах наиболее распространены такие виды коммуникативных взаимодействий, как социальное, социально-политическое и социально-правовое. Социальная коммуникация в российской полиции происходит, главным образом, в государственно-политической сфере жизни общества [3].

Важнейшим элементом социальной коммуникации выступают социальные институты. Это «исторически сложившиеся формы организации и регулирования общественной жизни... обеспечивающие выполнение жизненно важных для общества функций» [4, с. 105]. В качестве примеров социальных институтов можно назвать право, государство, семью, экономику, образование, общественное мнение. Каждый социальный институт предназначен для удовлетворения какой-либо социальной потребности, что осуществляется посредством определенных социальных статусов и социальных ролей. В каждый социальный институт входят множество групп и ассоциаций, которые и определяют институциональное поведение. Институт государства реализуется через коллективы организаций исполнительной, законодательной, судебной власти, правоохранительные органы, армию и т. д. Социальный институт призван поддерживать социальный порядок и социальные структуры в обществе.

Социолог А. В. Соколов вводит понятие социально-коммуникационных институтов. Управление социально-коммуникационными институтами осуществляется по-разному в за-

висимости от типа политического режим государства. Как известно, существуют такие основные типы политического режима, как тоталитарный, авторитарный и демократический. Причем демократическое государство, как правило, является правовым государством. «Правовым государством, в отличие от деспотии, признается государство, которому свойственны, во-первых, верховенство права, во-вторых, реальность прав и свобод граждан, в-третьих, осуществление принципа разделения властей. Право — это не любой законодательный акт, принятый народным собранием, царский манифест или президентский указ, а независимая от воли законодателя реализация социальной справедливости. Социально справедливым признается удовлетворение абсолютных потребностей личности, социальной группы, общества в целом» [5, с. 402–403].

А. В. Соколов вводит такие понятия, как «коммуникационные свободы и права граждан», «коммуникационное насилие». «Коммуникационными свободами являются свобода слова и печати, свобода союзов и собраний, свобода совести (вероисповедания). Ограничение этих свобод есть коммуникационное насилие» [5, с. 403]. В архаичном и традиционном обществе и в тоталитарном государстве нет такого коммуникационного феномена, как общественное мнение, поскольку отсутствуют наличные социально-политические и экономические условия его функционирования. В авторитарном государстве сфера функционирования общественного мнения ограничена и, как правило, не включает сферу политики, хотя в других сферах жизни общества оно может обладать относительной автономией. В тоталитарном и авторитарном обществах осуществляется процесс ограничения каналов коммуникации в группах и обществе в целом. В демократическом обществе у социальных субъектов появляется возможность выработать собственное общественное мнение. Следовательно, управление социально-коммуникационными институтами может иметь тоталитарный, авторитарный и демократический характер. Тоталитарные методы управления коммуникацией, по опыту СССР, включают принцип партийности, тотальную цензуру, приоритет идеологии и др. Соответственно, различают-

ся способы коммуникации. В современном обществе, в отличие от архаичного или традиционного, даже в государствах с жесткими формами политического режима возникает потребность в поддержке общественности. Поэтому диктатура добивается благоприятного для нее общественного мнения путем подавления инакомыслия и манипулирования общественным сознанием.

Целесообразно также предложить классификацию основных стилей управления. Обычно называются три основных стиля: авторитарный, демократический, либеральный. Данная классификация отличается неполнотой. В соответствии с типологией общества и политических режимов автор предлагает такую классификацию стилей управления: тоталитарный, авторитарный, демократический и гражданский. Тоталитарный стиль управления основан на силовых и принудительных способах коммуникации. Авторитарный стиль управления предполагает доминирование такого способа социальной коммуникации, как манипуляция. Демократический стиль управления основан на таких способах коммуникации, как толерантность и мультикультурализм. Гражданский стиль управления основан на таких способах социальной коммуникации, как равноправное сотрудничество, диалог и полилог. Гражданское общество как социальный идеал представляет собой свободную ассоциацию граждан, которые объединяются на принципах интегративного общества (теория интегративного общества П. Сорокина, А. Д. Сахарова) [6, с. 16; 7].

Эмпирической базой, подтверждающей теоретические выводы и обобщения данной статьи, могут служить результаты исследований, проведенных аспирантами Башкирского государственного педагогического университета имени М. Акмуллы под руководством автора в 2022 году. Было проведено монографическое исследование 349 сотрудников полиции. В качестве типичного объекта был избран Отдел МВД России по г. Нефтекамску. Степень поддержки той или иной точки зрения изучается с помощью проведения социологических исследований. Помимо степени приверженности той или иной позиции, в управлении общественным мнением важно учитывать социальные интересы, социальные потребности,

личностную включенность и личностную заинтересованность. Кроме опросов необходимо использовать и другие методы — включенное наблюдение, изучение документов, экспертные заключения, фокус-группы, которые позволяют более глубоко исследовать социальные проблемы респондентов.

Социологическое исследование показало, что сами сотрудники оценили тип органов внутренних дел как авторитарный. Так, в процессе применения проективной методики исследования респондентам было предложено выразить свое отношение к утверждению: «Каждый работник имеет доступ к информации, касающейся Отдела или подразделения». Баланс положительных и отрицательных ответов составляет следующую пропорцию — 54:46%. Если, к примеру, ответ «да» выбрали 18% сотрудников полиции, то вариант «нет» — 23%. Уровень толерантности отдела полиции, по субъективной оценке опрошенных, недостаточно высок — 25% либо затруднились с ответом, либо считают, что в правоохранительной организации доминирует жесткая критика и нетерпимость по отношению к тем, кто отличается от других и имеет свою точку зрения. Применительно к стилю руководства, на доминирование обвинительно-приказного стиля указали 21% респондентов. Оценили стиль управления как информирование сотрудников 46%, а самый прогрессивный стиль управления, с позиции эффективности коммуникации — стиль сотрудничества и поиска взаимного согласия, был выбран в ответах менее трети опрошенных.

По цели создания и по количеству коммуникантов можно выделить такие виды социальной коммуникации, как интраперсональная, межличностная, групповая и массовая. В зависимости от используемых коммуникационных каналов различают неформальные и формальные коммуникации. «Формальные (документальные) коммуникации осуществляются через специально созданные обществом организации и учреждения (систему печатных изданий, информационные службы, средств массовой информации (СМИ) и т.д.). Формальные коммуникации служат для передачи информации, зафиксированной в документах. Поэтому их еще называют документальными коммуникациями. Достоинства формальных коммуни-

каций: 1) возможность долговременного хранения информации; 2) возможность передачи информации широкому кругу лиц во времени и пространстве. К недостаткам можно отнести отсутствие быстрой обратной связи [8].

Кроме того, в социологической литературе называются такие формы коммуникаций, как восходящая/нисходящая, односторонняя/двухсторонняя, симметричная/асимметричная, равноправная/неравноправная, горизонтальная/вертикальная [9, с. 177–180]. Социальная коммуникация, в отличие от межличностной, предполагает обмен информацией и действиями между социальными общностями и слоями. Так, в правоохранительной организации сотрудники различаются по уровню дохода, власти, образования, должности, квалификации — это показатели вертикальной структуры общества (стратификации). С другой стороны, российская полиция как социальный институт вступает в коммуникацию с населением, территориальными общностями, общественными организациями. В любом случае возникают социальные барьеры в коммуникационном взаимодействии между обладателями разных социальных статусов, особенно в массовой коммуникации, которая функционирует посредством прессы и других СМИ.

«Массовая коммуникация — процесс распространения систематической информации с помощью технических средств (печать, радио, телевидение, кино-, звуко- и видеозапись и т. д.) на численно большие и рассредоточенные аудитории» [4, с. 134]. Массовая аудитория состоит из разных социальных групп, которые имеют разный социальный опыт, образование и уровень жизни. Поэтому массовая коммуникация основана не на культуре отдельной личности, не на культуре отдельных групп, а на массовой культуре, массовых ценностях и нормах, транслируемых, как правило, в упрощенной и понятной для всех слоев форме.

Социальная коммуникация является основой общественного мнения. Обмен информацией и действиями, оценками и мнениями в непосредственном или опосредованном общении, деловое взаимодействие, совместное обсуждение и решение социальных проблем выступает базисом, на котором вырастает

общественное мнение. Незрелость средств массовой коммуникации в архаичном и традиционном обществе, жесткий контроль СМИ и цензура в тоталитарном государстве, запреты на различные формы групповой коммуникации и групповых действий — все это делает невозможным формирование общественного мнения в данных сообществах. В институте российской полиции к групповым мнениям относятся мнение администрации и мнение подчиненных, а в территориальном поселении — мнение молодежи, среднего и старшего поколения, горожан и селян, региональных групп, профессиональных общностей, наций.

Основой управления общественным мнением является пропаганда, которая направлена на то, чтобы общественность приняла позицию управляющей стороны. Пропаганда может быть истолкована в трех смыслах: «1. Система деятельности, направленной на распространение знаний, художественных ценностей и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний, оказания влияния на социальное поведение людей. 2. Распространение в массах идеологии и политики определенных классов, партий, государств. 3. Средство манипуляции массовым сознанием» [4, с. 271]. Как видно из этого определения, пропаганда может сочетаться с информированием и просветительской деятельностью, поскольку в СМИ и образовательных организациях происходит процесс фильтрации информации и аудитории предлагается, а часто и навязывается, определенная точка зрения.

Д. Груниг и Т. Хант разработали классификацию моделей связей с общественностью: информирование общественности, публицити, двухсторонняя асимметричная и двухсторонняя симметричная коммуникация [10]. Публицити — это пресс-агентство, которое ограничивается пропагандой, когда характер коммуникативных потоков однонаправленный. Информирование общественности — более высокая степень, когда целью является не просто привлечение внимания, но разъяснение и подача объективной информации, что позволяет воздействовать на широкие круги общественности. Двухсторонняя асимметричная связь предполагает создание каналов обратной свя-

зи, аргументацию, убеждение, но эффект неравновесный. Двухсторонняя симметричная коммуникация основана на сотрудничестве, направлена на достижение взаимопонимания, согласия и обеспечивает равновесный эффект коммуникативных потоков. Поскольку российская полиция относится к правительственным органам, то в ней преобладают такие модели коммуникации, как информирование общественности и паблисити.

Коммуникативное взаимодействие органов внутренних дел на общественность до сих пор основывается преимущественно на агитации и пропаганде, когда население рассматривается как пассивный потребитель. В политике и государственных органах управления явно доминирует модель паблисити. В период СССР эта модель информационного взаимодействия была достаточной для того, чтобы создавать актив из общественности, например, в форме организации народных дружин, добровольных помощников советской милиции, которые привлекались к охране общественного порядка. В целом, у советских граждан доминировало отчуждение от власти.

Неразвитость моделей двухсторонней связи правоохранительных органов (полиции) с общественностью объясняется двумя основными причинами. Во-первых, привычка работников этих органов и специалистов по связям с общественностью к пропагандистской деятельности в условиях монополизма государственных СМИ. Во-вторых, недостаточная зрелость гражданского общества, которое до сих пор не умеет выработать самостоятельное общественное мнение и характеризуется устаревшей политической культурой преклонения перед государственными органами. В 90-х гг. в структуре правоохранительных органов стали создаваться подразделения по связям с общественностью, были обеспечены правовые основы данного социального института, что, в конечном итоге, дало свои плоды в форме становления модели двухсторонней асимметричной коммуникации.

В целом можно выделить консервативно-олигархическую и либерально-демократическую модели управления общественным мнением. Согласно первой модели, общественное мнение минимально влияет на эффектив-

ность деятельности такого социального института, как полиция. Сторонники второй модели считают общественное мнение важным фактором повышения качества деятельности правоохранительных органов (полиции). В соответствии с этой концепцией общественное мнение может быть достаточно компетентным, чтобы его учитывать при выработке, принятии и реализации управленческих решений. Общая черта консервативной и демократической моделей в том, что они считают, что в государственно-правовой сфере роль общественного мнения объективно ограничена в силу его недостаточной компетентности по отдельным сложным проблемам. Например, отмена смертной казни во многих государствах, в том числе в России, произошла вопреки мнению большинства граждан, поскольку бывают ситуации, когда государственные органы транслируют более прогрессивные взгляды, что побуждает принять решение, опираясь на мнение меньшинства.

Общественное мнение применительно к российской полиции выполняет различные функции — оценочную, консультативную, директивную, интегративную. Но в первую очередь следует выделить такую функцию, как контрольная. Контроль деятельности правоохранительных органов посредством общественного мнения отличается оперативностью реагирования на возникающие проблемные ситуации, постоянством, конкретностью проявления. Еще одна функция — функция социального творчества. Так, формирование института российской полиции и его реформирования приобретает легитимный характер только в русле его поддержки общественным мнением. Да и сама реформа правоохранительных органов происходит не в последнюю очередь под влиянием общественности, которая отличается эмоциональным, субъективным, оценочным характером отношения к деятельности государственных органов.

Важен и уровень самооценки органов внутренних дел своей деятельности, в которой так или иначе также отражается общественное мнение. Сотрудники полиции Отдела МВД РФ по г. Нефтекамску в проведенном нами опросе дали такую оценку деятельности правоохранительных органов в их поселении: 39% обследо-

ванных высказали мнение, что нарушение закона подвергается наказанию в большинстве случаев; 37 % полагают, что, независимо от статуса правонарушителя, закон торжествует; на существование феномена двойного права в зависимости от социально-должностного статуса нарушителя закона указали 25 % респондентов.

Еще одна из функций общественного мнения, которая стала актуальной только в последние годы — интегративная. Интеграция отделов МВД с населением может быть измерена степенью готовности населения к сотрудничеству, оказанию помощи сотруднику полиции в процессе его деятельности. Однако принцип эквивалентности требует движения в двух направлениях, что предполагает активные действия социального института полиции по налаживанию каналов коммуникации с гражданским обществом.

Параметры эффективности использования фактора общественного мнения для повышения качества работы правоохранительных органов весьма разнообразны и в их ряду можно выделить следующие: уровень репутации российской полиции, уровень правовой информированности населения, уровень доверия к органам правопорядка, степень компетентности оценок общественности, сотрудничество населения с органами внутренних дел. Социологические исследования фиксируют невысокий уровень информированности граждан по вопросам правоохраны, о законах и законодательных актах. Наблюдается также феномен чрезмерной критичности оценок деятельности правоохранительных органов в интернет-пространстве и в некоторых СМИ. Российские социологи, изучавшие деятельность российской полиции, констатируют факт отсутствия внешней общественности органов внутренних дел и низкий уровень сотрудничества населения с ними.

Социологические исследования последних лет показывают невысокий уровень доверия населения к правоохранительным органам (полиции), которые можно рассматривать как часть системы органов государственного управления. Кроме того, организации гражданского общества, которые оказывают воздействие на деятельность органов внутренних

дел, по мнению респондентов, находятся на последнем месте. Самый низкий рейтинг имеют правозащитные организации и профсоюзы. Объективная ситуация в целом согласуется с данными опросов, что позволяет диагностировать существующую модель управления как бюрократическую, административно-командную.

Вместе с тем в последние годы органы внутренних дел стали более открытыми, ведут работу по улучшению собственного имиджа. В результате несколько вырос уровень информированности граждан по вопросам правоохраны и законодательных актов. Рост осведомленности, как правило, ведет к повышению доверия к институту полиции. «Так, если раньше в основном удовлетворительно эту работу оценивали 28,7 % респондентов, в 2015 г. — 49,2 %, то в 2017 г. — 54,4 % опрошенных. Удовлетворенность отражается на доверии населения органам внутренних дел. В 2012 г. доверие им выражали 39,4 % опрошенных, в 2015 — 32,4 %, в 2017 г. — 46,1 % респондентов» [11].

Государство в лице правоохранительных органов обладает финансовым и административным ресурсами, чтобы управлять мнением общественности. Однако решение задачи осложняется плюрализмом источников информации, которые имеются в современном обществе, что приводит к функционированию альтернативных акторов агитационно-пропагандистской работы, которые конкурируют между собой в борьбе за души и умы публики. Другой ограничивающий фактор — доверие к таким участникам, как производители, выражители общественного мнения, которые должны учитывать информационную картину мира потребителей и получателей, а также факты реальной действительности. Возникает насущная потребность в постоянном отслеживании общественного мнения с помощью социологического мониторинга.

Существуют особые социальные институты, которые выполняют функцию управления общественным мнением: журналистика, связи с общественностью, реклама. Эти социальные институты могут использовать различные способы информационного воздействия и применять технологии коммуникационного диктата, коммуникационной толерантности, коммуни-

кационной манипуляции, коммуникационно-го сотрудничества. Так, социальная реклама российской полиции может побуждать людей к совместному решению таких общезначимых проблем, как борьба с преступностью, защита прав граждан и обеспечение их безопасности. Подобного рода социальная реклама может быть успешной, если она опирается на такие коммуникативные технологии, как толерантность, равноправное сотрудничество, социальный диалог, которые направлены на то, чтобы добиться взаимопонимания органов правопорядка с общественностью, а также на интеграцию территориальных сообществ в единую систему.

Двусторонняя равноправная коммуникация также дает наибольший эффект и в деятельности такого коммуникационного института, как связи с общественностью. В процессе организации коммуникативной деятельности института полиции с гражданским обществом важно учитывать социальные характеристики и уровень социального развития различных социальных групп. Содержание и способы подачи информации необходимо варьировать в зависимости от таких свойств потребителя и получателя информации, как уровень дохода, тип поселения, социальный статус, уровень образования и др. с тем, чтобы усилия пропагандистов достигали представителей различных социальных слоев и возрастных когорт. Организаторам пропагандистских кампаний в институте российской полиции также важно создавать интеграционные, синтетические стратегии, рассчитанные на представителей общественности с различным уровнем и качеством жизни. Кроме того, следует принять во внимание такой ключевой фактор культуры (по П. Соркину), как ценности. Это наиболее устойчивый элемент культуры, что весьма осложняет задачу представителей профессий и специальностей в области социально-коммуникативных технологий.

Коммуникативное взаимодействие органов внутренних дел с населением проявляется в применении различных технологий: встречи участковых уполномоченных с населением, социальная реклама, деятельность общественных советов правоохранительных органов, ведомственная пресса, интернет, социальные

сети. В то же время сохраняется доминирование модели информирования общественности. Для того, чтобы уменьшить удельный вес манипулятивных технологий коммуникации, необходима достаточно полная информированность населения. При этом информация должна быть объективной, комплексной, оперативной. Как внутри института полиции, так и во взаимоотношениях правоохранительных органов с общественностью важно наличие возможности обмена мнениями между различными общностями и слоями. Иначе говоря, отсутствие объективных и субъективных условий оптимального функционирования общественного мнения может привести к поляризации между официальным (формальным) и неофициальным (неформальным) общественным мнением. В проведенном нами исследовании сотрудники полиции считают, что их непосредственный начальник всегда закрыт (2%), редко открыт для коммуникации (36%). На постоянную открытость руководства для обмена информацией указали 26%, частую открытость — 36% респондентов.

Второе негативное последствие отсутствия оптимальных условий функционирования общественного мнения заключается в том, что оно может нанести ущерб интересам органов внутренних дел, отдельных социальных групп. И, наконец, возможно формирование фальсифицированного общественного мнения, которое стратегически противоречит общественным и государственным интересам. В системе оценки эффективности деятельности органов внутренних дел в последние десятилетия важное место стали занимать социальные критерии. В структуре функций российской полиции стала выделяться функция по социальному обслуживанию населения, необходимость осуществления профессиональной деятельности с учетом интересов и потребностей общества и личности, с ориентацией на общественное мнение и на ту нравственную оценку, которая в нем содержится [12].

Коммуникативные способы управления общественным мнением как фактора повышения эффективности деятельности правоохранительных органов весьма разнообразны. К ним относятся институт негосударственной сферы безопасности, социологические службы, служ-

бы общественного мнения, организации политической пропаганды и правового просвещения. Перечисленные организации используют такие коммуникативные каналы, как СМИ, выступления перед публикой, работа с обращениями и жалобами граждан, рекламные сообщения, средства наглядной агитации, формирование системы обратной связи в отделах внутренних дел и во взаимоотношениях с общественностью. Каналы обратной связи должны быть расширены. В частности, в последние годы используется информация из социальных сетей и интернет-сайтов государственных органов, «телефонов доверия», статистические отчеты, личное общение руководителей и сотрудников с различными группами населения, социологические исследования мнения респондентов о состоянии криминогенной обстановки в регионе и муниципалите.

Интерес представляет и субъективная оценка самими сотрудниками меры доверия либо недоверия органам внутренних дел со стороны граждан. Так, по нашим данным, 36 % работников полиции наблюдают некоторый рост удовлетворенности населения деятельностью полиции после начала осуществления реформы. Однако 34 %, напротив, не видят роста удовлетворенности граждан, а 31 % затруднились с ответом. Что касается доверия, то о его повышении со стороны населения заявили 33 % сотрудников полиции. Снижение доверия населения зафиксировали 15 %, а 52 % не смогли ответить на данный вопрос, что косвенно говорит о невысоком уровне взаимодействия правоохранительных органов с гражданами. На прямой вопрос о качестве информационного обмена с населением, 17 % опрошенных сотрудников оценили его как низкий, 52 % — как средний, а 13 % — как высокий. К сожалению, около 25 % респондентов данного Отдела МВД на вопрос о необходимости коммуникативного взаимодействия с гражданами не смогли сформулировать свое мнение либо считают, что нет особой нужды в общении с населением. Абсолютное большинство сотрудников полиции выразило уверенность в необходимости коммуникации с гражданами в их населенном пункте.

В последние два десятилетия постепенно восстанавливаются связи российской поли-

ции с другими социальными институтами и широкой общественностью, что привело к дополнению профессионального начала в борьбе с преступностью общественным компонентом. Социальная сторона деятельности органов внутренних дел в этих условиях тесно переплетается с коммуникативным аспектом. А это, в свою очередь, приводит к необходимости пересмотра критериев эффективности их деятельности, переходу от количественных показателей к качественным. «Формализованная система оценок порождает формальное отношение к достижению показателей в работе, а также к различного рода нарушениям, в том числе и законности (например, регистрационная дисциплина). Ориентация на формальные, часто только количественные и административно-управленческие показатели способствует ослаблению внимания к социальным критериям, да и правовым тоже» [12].

В современном обществе возрастает роль общественного мнения и как фактора улучшения качества работы правоохранительных органов. Одновременно общественное мнение выступает главным критерием эффективности коммуникативного взаимодействия российской полиции с населением. Анализ нормативно-правовых и законодательных актов показывает, что возможны определенные формы влияния общественного мнения на повышение эффективности деятельности полиции через взаимодействие органов внутренних дел с населением. Это прежде всего средства массовой информации и коммуникации, в которых можно свободно высказывать свои оценки и предлагать пути решения социальных проблем. В условиях открытого обсуждения проблем в государственных СМИ у различных групп общественности повышается доверие к официальной информации. Граждане также имеют право на проведение публичных мероприятий, направленных на поиск эффективных механизмов совершенствования деятельности правоохранительных органов. Несмотря на то, что указанные формы использования социального института общественного мнения разрешены действующим законодательством, их реализация на практике встречает различные препятствия. Развитие интернет-ресурсов и со-

циальных сетей в какой-то мере позволяет разрешить данное противоречие. В соответствии с прогрессивной моделью развития социальных коммуникаций одним из главных критериев позитивной управленческой

функциональности выступает формирование адекватного общественного мнения, которое в равной мере соответствует интересам института российской полиции и гражданского сообщества.

### Список источников

1. Антошкин В. Н. Социальная коммуникация с позиции энергетической парадигмы // XII Короленковские чтения : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 170-летию юбилею В. Г. Короленко (Глазов, 19–20 октября 2023 г.). Казань : Бук, 2023. С. 413–416.
2. История социологии : учебное пособие / под общей ред. А. Н. Елсукова и др. Минск : Высшая школа, 1993. 319 с.
3. Антошкин В. Н., Вышегуров Х. М., Мамалимов Р. Р. Коммуникативное взаимодействие правоохранительных органов с населением // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 10. С. 117–125.
4. Социологический энциклопедический словарь : на рус., англ., нем., фр. и чеш. языках / ред.-координатор Г. В. Осипов. Москва : Норма : НОРМА-ИНФРА М, 2000. 480 с.
5. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учебное пособие. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 461 с.
6. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество. Москва : Политиздат, 1992. 542 с.
7. Сахаров А. Д. Конвергенция, мирное сосуществование // 50/50: Опыт словаря нового мышления / под общей редакцией Ю. Афанасьева и М. Ферро. Москва : Прогресс; Париж : Пайо, 1989. С. 13–17.
8. Социальная коммуникация. Формы, виды и уровни коммуникационной деятельности // Myfilology.ru — информационный филологический ресурс : сайт. URL: <https://myfilology.ru//171/socialnaya-kommunikacziya-formy-vidy-i-urovni-kommunikaczionnoj-deyatelnosti> (дата обращения: 21.01.2023).
9. Шайхисламов Р. Б. Социология : учебное пособие. Уфа : Уфимский государственный институт сервиса, 2005. 312 с.
10. Grunig D, Hunt T. Managing Public Relations. N.Y. : Holt, Rinehart and Winston, 1984. 550 p.
11. Гордеев Б. Е., Рысаев И. Ш. Основные факторы и подходы к оценке эффективности работы органов государственной власти в современной России // Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции (Уфа, 30 мая 2018 г.). Уфа, 2018. С. 112–117.
12. Толкачев К. Б., Егорышев С. В. Социальные критерии в системе критериев оценки эффективности деятельности органов внутренних дел // Социальные стандарты и показатели уровня и качества жизни населения и социального развития РБ : материалы российской научно-практической конференции / Уфимский юридический институт МВД РФ (Уфа, 2000 г.). Уфа, 2020. С. 22–23.

### References

1. Antoshkin V. N. Social communication from the standpoint of the energy paradigm. *XII Korolenkovskie chteniya : materialy` Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashhennoj 170-letnemu yubileyu V. G. Korolenko (Glazov, 19–20 oktyabrya 2023 g.) = XII Korolenkov readings: materials of the International scientific and practical conference dedicated to the 170<sup>th</sup> anniversary of V. G. Korolenko (Glazov, October 19–20, 2023)*. Kazan: Buk; 2023. P. 413–416. (In Russ.).
2. History of sociology: a textbook / ed. by A. N. Elsukov et al. Minsk: Higher school; 1993. 319 p. (In Russ.).
3. Antoshkin V. N., Vyshegurov Kh. M., Mamalimov R. R. Communicative interaction of law enforcement agencies with the population. *Social`no-gumanitarny`e znaniya = Social and humanitarian knowledge*. 2019;(10):117–125. (In Russ.).
4. Sociological Encyclopedic Dictionary: in Russian, English, German, French and Czech / ed.-coordinator G. V. Osipov. Moscow: Norma: NORMA-INFRA M; 2000. 480 p. (In Russ.).
5. Sokolov A. V. General Theory of Social Communication: a textbook. St. Petersburg: Mikhailov Publishing House; 2002. 461 p. (In Russ.).
6. Sorokin P. A. Man. Civilization. Society. Moscow: Politizdat, 1992. 542 p. (In Russ.).
7. Sakharov A. D. Convergence, Peaceful Coexistence. *50/50: Opy`t slovarya novogo my`shleniya / pod obshhej redakciej Yu. Afnas`eva i M. Ferro = 50/50: An Experience of the Dictionary of New Thinking / ed. by Yu. Afanasyev and M. Ferro*. Moscow: Progress; Paris: Payot; 1989. P. 13–17. (In Russ.).

8. Social communication. Forms, types, and levels of communication activity. Myfilology.ru — information philological resource: site. (In Russ.). Available from: <https://myfilology.ru//171/soczialnaya-kommunikacziya-formy-vidy-i-urovni-kommunikacziionnoj-deyatelnosti> (date of access: January 21, 2023).
9. Shaikhislamov R. B. *Sociology: a tutorial*. Ufa: Ufa State Institute of Service; 2005. 312 p. (In Russ.).
10. Grunig D, Hunt T. *Managing Public Relations*. N.Y.: Holt, Rinehart and Winston; 1984. 550 p.
11. Gordeev B. E., Rysaev I. Sh. Main factors and approaches to assessing the effectiveness of government bodies in modern Russia. *Sbornik statej Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii (Ufa, 30 maya 2018 g.) = Collection of articles of the All-Russian scientific and practical conference (Ufa, May 30, 2018)*. Ufa; 2018. P. 112–117. (In Russ.).
12. Tolkachev K. B., Egoryshev S. V. Social criteria in the system of criteria for assessing the effectiveness of internal affairs bodies. *Social`ny`e standarty` i pokazateli urovnya i kachestva zhizni naseleniya i social`nogo razvitiya RB: materialy` rossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii / Ufimskij juridicheskij institut MVD RF (Ufa, 2000 g.) = Social standards and indicators of the level and quality of life of the population and social development of the Republic of Belarus: materials of the Russian Scientific and Practical conference / Ufa Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation (Ufa, 2000)*. Ufa; 2020. Pp. 22–23. (In Russ.).

#### **Информация об авторе**

В. Н. Антошкин — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры финансовых, учетных и налоговых технологий.

#### **Information about the author**

V. N. Antoshkin — Doctor of Science (Sociological), Professor, Professor of the Department of Financial, Accounting and Tax Technologies.

---

Статья поступила в редакцию 21.11.2024; одобрена после рецензирования 16.12.2024; принята к публикации 23.12.2024.

The article was submitted 21.11.2024; approved after reviewing 16.12.2024; accepted for publication 23.12.2024.