

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

**Роль отдела информации и общественных связей в формировании имиджа
Министерства внутренних дел (на примере УМВД РФ по Оренбургской
области)**

Научный руководитель – Денильханов Асланбек Хаважович

Муратшина Юлия Радиковна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский
факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: juliamuratshina@mail.ru

Органы государственной власти являются для современного российского общества ключевыми акторами, во многом организующими устройство социума. Практика политической жизни в России исторически складывается таким образом, что государственные структуры «... становятся главным субъектом, определяющим «правила игры» в обществе» [1].

Правоохранительные органы, занимающие особое место в системе органов государственной власти в силу специфики их деятельности, нуждаются в политике открытости для общества, возможно, как никто другой. Это обусловлено тем, что деятельность таких структур должна быть понятной и очевидной для общества: граждане хотят быть уверенными в надежности и стабильности правовой системы, собственной защищенности от нарушающих закон действий. С другой стороны, деятельность таких структур (по сравнению с другими органами государственной власти) априори более закрыта: закон накладывает достаточное количество ограничений на их информационную политику.

Министерство внутренних дел России выделяется в ряду прочих правоохранительных органов сразу по нескольким причинам. Во-первых, МВД РФ является одним из наиболее многочисленных правоохранительных органов. Во-вторых, подследственность дел МВД РФ обуславливает тот факт, что население так или иначе чаще всего взаимодействует именно с сотрудниками органов внутренних дел (достаточно упомянуть Государственную инспекцию дорожного движения или участковых уполномоченных полиции).

Наконец, деятельностью именно органов внутренних дел чаще всего заинтересованы СМИ. Образ МВД РФ претерпел в последние десятилетия существеннейшие изменения, колеблясь от устоявшегося положительного в советские времена к резко негативному в период 90ых годов прошлого столетия. Сложившаяся плачевная ситуация в области образа министерства в глазах населения, отношения к нему потребовала серьезных усилий по ее исправлению в лучшую сторону. Этот процесс начался с приходом нового века (первые попытки можно увидеть еще в 2000ые годы) и продолжается до сих пор.

В связи с этим представляется интересным исследовать, как специально созданные в составе МВД РФ подразделения по связям с общественностью (так называемые отделы информации и общественных связей) справляются при помощи различных PR-инструментов с задачей выстраивания позитивного имиджа МВД РФ.

В рамках данной работы эту проблематику предлагается рассмотреть на примере конкретного регионального Управления МВД РФ: отдела информации и общественных связей УМВД РФ по Оренбургской области [2].

Источники и литература

- 1) Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. М., 2013.
- 2) <https://56.xn-b1aew.xn-p1ai/> (официальный сайт УМВД РФ по Оренбургской области)