

Дата поступления рукописи в редакцию: 15.05.2026 г.

DOI: 10.24412/2782-3849-2026-6-351-356

Дата принятия рукописи в печать: 25.06.2026 г.

КАРПОВА Александра Владимировна,

преподаватель кафедры специальных дисциплин Волгодонского филиала Ростовского юридического института МВД России, канд. полит. наук,

e-mail: av_karpova@list.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы и перспективы формирования готовности сотрудников органов внутренних дел к взаимодействию со средствами массовой информации в системе профессиональной подготовки. Актуальность исследования обусловлена возрастанием роли информационно-пропагандистской работы в деятельности ОВД, необходимостью противодействия распространению недостоверной информации и формирования позитивного имиджа правоохранительных органов. На основе анализа нормативных правовых актов и научной литературы раскрывается структура готовности сотрудников к взаимодействию со СМИ, включающая когнитивный, коммуникативно-поведенческий, ценностно-мотивационный и эмоционально-волевой компоненты. Систематизируются основные направления совершенствования профессиональной подготовки в данной сфере: уточнение содержания понятий информации и пропаганды в цифровую эпоху; выявление социально-психологических условий эффективности пропаганды; исследование психологических условий восприятия пропагандистских материалов; овладение формами и методами информационно-пропагандистской работы; педагогическое сопровождение контрпропаганды и борьбы с фейками. Представлены результаты апробации программы повышения квалификации, демонстрирующие значительное повышение уровня компетенций слушателей. Обосновывается вывод о необходимости целенаправленной и системной подготовки сотрудников ОВД к взаимодействию со СМИ в рамках курсов повышения квалификации и дополнительного профессионального образования.

Ключевые слова: готовность к взаимодействию со СМИ; информационно-пропагандистская работа; профессиональная подготовка; сотрудники органов внутренних дел; повышение квалификации; коммуникативная компетентность.

KARPOVA Alexandra Vladimirovna,

Lecturer in the departments of special disciplines of the Volgodonk branch of the Rostov Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Candidate of Political Sciences

DEVELOPING THE READINESS OF LAW ENFORCEMENT OFFICIALS TO INTERACT WITH THE MEDIA DURING PROFESSIONAL TRAINING

Annotation. The article examines the problems and prospects of developing the readiness of law enforcement officers to interact with the media within the professional training system. The relevance of the study is determined by the increasing role of information and propaganda work in the activities of internal affairs bodies, the need to counter the dissemination of false information and the formation of a positive image of law enforcement agencies. Based on the analysis of regulatory legal acts and scientific literature, the structure of employee readiness to interact with the media is revealed, including cognitive, communicative-behavioral, value-motivational and emotional-volitional components. The main areas of improving professional training in this area are systematized: clarification of the content of the concepts of information and propaganda in the digital age; identification of the socio-psychological conditions for the effectiveness of propaganda; study of the psychological conditions of perception of propaganda materials; mastery of the forms and methods of information and propaganda work; pedagogical support of counter-propaganda and the fight against fakes. The results of the advanced training program testing are presented, demonstrating a significant increase in the level of competencies of trainees. The conclusion is

◇ substantiated on the need for targeted and systematic training of police officers for interaction with the media within the framework of advanced training courses and additional professional education.

◇ **Key words:** readiness for interaction with the media; information and propaganda work; professional training; law enforcement officers; advanced training; communicative competence.

В современных условиях информационное противостояние приобретает особую значимость для обеспечения национальной безопасности Российской Федерации. Правоохранительные органы — и прежде всего система МВД — находятся на передовой этой борьбы. Они одновременно выступают и мишенью для информационных атак, и главной силой, ведущей контрпропаганду и разъяснительную работу. Как отмечается в научной литературе, «в условиях роста деструктивного влияния социальных сетей и распространения фейковых новостей традиционные методы пропаганды нуждаются в переосмыслении и адаптации к реалиям цифровой экономики» [1, с. 232]. Ситуация усугубляется внешнеполитическими осложнениями и целенаправленным информационным давлением на российские правоохранительные органы. Здесь взаимодействие со средствами массовой информации уже не может оставаться вспомогательным инструментом. Оно становится одним из магистральных направлений деятельности, от которого зависит не только информационная безопасность, но и сохранение общественного доверия к полиции.

Практика работы подразделений, отвечающих за связи с общественностью и СМИ, свидетельствует: заметная доля сотрудников сталкивается с устойчивыми трудностями. Речь идет как о непосредственном контакте с журналистами, так и о составлении информационных материалов и выступлениях перед аудиторией. По признанию руководства МВД России, «сегодня многие сотрудники действительно не умеют общаться со СМИ и не умеют правильно излагать свои мысли. Им трудно сосредоточиться и логически выстроить слова в окружении телекамер и микрофонов» [2]. Это делает проблему профессиональной подготовки в сфере медиакommunikаций особенно острой.

Подготовка сотрудников к взаимодействию со СМИ сегодня не может ограничиваться информированием о правовых нормах и обучением технике подготовки материалов. Ключевой элемент — развитие личностных качеств, которые позволяют человеку не теряться перед камерами и грамотно выстраивать диалог даже в стрессовой ситуации. Это ставит перед системой профессионального обучения новую задачу: пересмотреть сложившиеся подходы и разработать программы, отвечающие реальным вызовам информационной

сферы. Готовность сотрудника органов внутренних дел к взаимодействию со средствами массовой информации представляет собой интегративное профессионально-личностное качество, включающее систему взаимосвязанных компонентов. Анализ теоретических источников и практики деятельности подразделений по связям со СМИ позволяет выделить четыре ключевых компонента.

1. Когнитивный компонент: что именно должен знать сотрудник.

Знания, входящие в этот компонент, тоже в свою очередь делятся на несколько групп. Каждая из них необходима для того, чтобы сотрудник мог осмысленно и профессионально выстраивать отношения с медиа.

Первая группа — правовые основы. Речь идет не просто об общих принципах, а о конкретных нормах. Сотрудник должен знать, что разрешено журналисту, что запрещено, где проходят границы между свободой слова и ответственностью за распространение ложной информации. Важно понимать порядок взаимодействия с редакциями: как направить официальный ответ, как опровергнуть недостоверные сведения, как действовать, если журналист нарушает закон во время съемки или интервью. Без этого любой разговор с прессой превращается в зону правового риска.

Вторая группа — профессиональная журналистская среда. Не зная, как работают разные типы СМИ, невозможно выстроить эффективную коммуникацию. Одно дело — информационное агентство, которому нужна скорость и фактура. Другое — телеканал, где важна картинка и эмоция. Третье — печатное издание, которое может позволить себе аналитику и детали. Четвертое — интернет-СМИ и блогеры, живущие по своим, часто сетевым законам. Сотрудник, понимающий эту специфику, не будет предлагать телевизионщикам многостраничный отчет, а газетчикам — короткий, ни о чем не говорящий список.

Третья группа — технологическая. Умение подготовить пресс-релиз — это особый жанр, которому надо учить. Не каждый оперативник или следователь может написать короткую, ёмкую заметку о раскрытом преступлении так, чтобы она заинтересовала редакцию. То же касается информационных сообщений для соцсетей, комментариев для оперативных лент, постов для официальных аккаунтов. Здесь важен

не только смысл, но и форма, объем, стиль, даже заголовок.

Четвертая группа — защита от недостоверной информации. Это одна из самых острых тем сегодня. Сотрудник должен знать основные типы фейков и способы их доказывания. Понимать, как работает анонимный источник, как отличить реальный факт от интерпретации, как не подхватить и не разогнать ложную новость. Важно знать алгоритм официального опровержения и понимать, когда это необходимо делать, а когда не стоит — чтобы не привлекать лишнего внимания к заведомо пустому сообщению.

Пятая группа — информационно-психологическое противодействие. Здесь речь идет уже о более высоком уровне. Знание методов манипуляции, приемов скрытого воздействия, способов выявления дезинформации, технологий отстройки от чужой повестки. Сотрудник, работающий в публичном поле, должен не только сам не поддаваться манипуляциям, но и помогать аудитории их распознавать. Это предполагает понимание психологии масс, механизмов формирования общественного мнения, приемов создания информационных кампаний.

Все перечисленные группы знаний когнитивного компонента не существуют отдельно. Они образуют единую систему, без которой любые попытки выстроить отношения с прессой будут либо неэффективными, либо опасными для самого сотрудника и ведомства в целом.

2. Коммуникативно-поведенческий компонент: от знания к действию.

Знания, какими бы глубокими они ни были, остаются мертвым грузом, если человек не умеет применять их на практике. Коммуникативно-поведенческий компонент как раз и отвечает за переход от «знаю, как надо» к «могу сделать». Коммуникативно-поведенческий компонент включает несколько ключевых умений.

Первое — конструктивный диалог с журналистом. Это не просто умение говорить, а способность вести разговор так, чтобы он был продуктивным для обеих сторон. Журналисту нужна информация — сотрудник полиции должен ее дать, но так, чтобы не нарушить закон, не раскрыть служебную тайну, не поставить под удар коллег и не испортить репутацию ведомства. Это требует:

понимания, какие вопросы можно и нужно комментировать, а от каких лучше вежливо уклониться;

навыка удерживать свою линию в диалоге, не поддаваясь на провокации и уловки интервьюера;

способности объяснить сложные вещи простым языком, не уходя в бюрократическую

лексику;

умения завершить разговор, если он заходит в тупик, не испортив отношения.

Конструктивный диалог с журналистом — это не дружеская беседа, а деловое взаимодействие с четкими правилами, которых должны придерживаться обе стороны.

Второе — подготовка и распространение информационных материалов. Это самостоятельная область, требующая отдельного набора навыков. Сотрудник должен уметь написать пресс-релиз так, чтобы редакция его не выбросила в корзину. Подготовить пост для соцсетей — коротко, ёмко, без канцеляризмов, но с соблюдением субординации и официального тона. Составить комментарий для оперативной ленты — быстро, по факту, без лишних деталей.

Важно не только подготовить материал, но и правильно его распространить. Кому отправить пресс-релиз — всем подряд или выборочно? В какое время суток лучше публиковать пост в ведомственном аккаунте? Как реагировать на негативные комментарии под официальной публикацией? Все это требует навыков, которые не формируются сами собой.

Третье — публичные выступления, особенно в условиях видеосъёмки. Это, пожалуй, самый сложный элемент компонента, потому что здесь добавляется фактор стресса и публичности. Перед камерой многие люди теряются, даже если отлично знают тему. Коммуникативно-поведенческий компонент предполагает:

навык держаться перед камерой спокойно и уверенно, не отводить глаза, не суетиться;

умение говорить четко, внятно, спокойно, неторопливо;

способность уложить мысль в короткий временной отрезок, потому что в новостях редко дают больше минуты;

понимание, как работает монтаж, представление, что в записи важны не только слова, но и внешний вид, и интонация.

Видеосъёмка — это всегда дополнительное давление, и сотрудник должен быть к нему готов. Он не может сказать: «выключите камеру, мне так неудобно». Он обязан научиться работать в этих условиях.

Четвертое — эффективное использование официальных аккаунтов в соцсетях. Это уже не новость, а повседневная реальность. Ведомства ведут страницы во «ВКонтакте», в «Одноклассниках», в «МАХ». Сотрудник, отвечающий за эти аккаунты, должен:

понимать специфику каждой платформы (в «МАХ» — одни форматы, во «ВКонтакте» — другие);

уметь адаптировать один и тот же материал под разные площадки без потери

смысла;

знать, как оформлять посты, какие картинки выбирать, как привлекать внимание;

понимать, когда нужно выложить официальное сообщение, когда — репост, когда — экстренное уведомление.

Запустить аккаунт мало. Нужно его вести, наполнять, мониторить реакцию, отвечать на комментарии. Все это — отдельные компетенции, которые не входят в традиционную подготовку полицейского.

Пятое — оперативное реагирование на распространение недостоверной информации. Фейки сегодня появляются в информационном пространстве со скоростью звука. Задача сотрудника — не пропустить момент. Он должен:

быстро определить, что сообщение ложное;

понять, требует ли оно официального опровержения;

подготовить опровержение максимально оперативно, не дожидаясь, пока фейк разлетится по всем каналам;

выбрать правильный канал для опровержения (в канале ведомства лучше, чем в бумажной газете).

Здесь скорость и точность решают все. Запоздалое опровержение не работает, а неподготовленное — еще хуже. Оно или не убеждает, или, того хуже, привлекает излишнее внимание к малозначительному фейку.

Все перечисленные умения — не врожденные. Они формируются только через практику, через многократное повторение, через разбор ошибок, через тренинги и реальные выходы в публичное поле. Как отмечается в учебном пособии С.В. Новик, «большое внимание следует уделять различным направлениям связей с общественностью, особенностям коммуникаций в цифровой среде, современным кейсам и инструментам в сфере PR» [3, с. 45]. Без целенаправленной подготовки сотрудник, даже имеющий хорошие теоретические знания, в реальной ситуации растеряется, наговорит лишнего или, наоборот, промолчит там, где надо было ответить.

3. Ценностно-мотивационный компонент: внутренние движущие силы.

Знания и умения, какими бы прочными они ни были, не заработают в полную силу, если у человека нет внутренней готовности их применять. Ценностно-мотивационный компонент как раз и отвечает за эту внутреннюю сторону. Он включает три ключевых элемента.

Первый — понимание важности открытости и публичности как принципов деятельности полиции. Это не просто знание того, что написано в законе, а личное, выстраданное

убеждение. Сотрудник должен для себя решить: открытость — это не слабость и не уступка, а профессиональная необходимость. Принципы, закрепленные в статье 8 Федерального закона «О полиции», работают только тогда, когда они перестают быть абстрактными лозунгами и становятся руководством к действию. Если сотрудник считает, что «без скандалов в газетах лучше», что «чем меньше люди знают, тем спокойнее спят», — никакие тренинги и лекции не помогут. Сначала должно прийти понимание: публичность — это инструмент защиты, а не враг.

Второй — осознание значимости позитивного имиджа ведомства для общественного доверия. Здесь важно уйти от абстрактных рассуждений к конкретике. Доверие граждан измеримо: оно влияет на готовность людей сотрудничать, сообщать о преступлениях, помогать следствию, давать показания. Имидж полиции — это не пиарщики придумали, а складывается из тысяч мелких контактов граждан с конкретными сотрудниками. У каждого из этих контактов есть информационное отражение. Если человек ушел от разговора с полицейским оскорбленным, он расскажет об этом соседям, напишет пост в соцсетях, позвонит на радио. Имидж ведомства рухнет не от громких скандалов, а от вот таких ежедневных мелочей. Понимание этой связи — ключевой элемент ценностной основы.

Третий — мотивация к постоянному совершенствованию коммуникативных навыков. Коммуникация не бывает «освоена раз и навсегда». Меняются журналисты, меняются медиа, меняется аудитория. То, что работало пять лет назад, сегодня может не сработать. Сотрудник должен сам хотеть учиться новому: осваивать незнакомые соцсети, пробовать новые форматы подачи информации, анализировать свои ошибки, учиться на чужом опыте. Если этого желания нет, любые курсы повышения квалификации будут формальностью. Мотивация здесь — критически важный элемент, без которого все остальные компоненты теряют силу.

4. Эмоционально-волевой компонент: управление собой в сложной ситуации.

Даже зная, как надо, и желая это делать, человек может сорваться в стрессовой ситуации. Эмоционально-волевой компонент — это то, что позволяет сохранить контроль над собой, когда все идет не по плану. Он включает два основных элемента.

Первый — психологическая устойчивость при взаимодействии с представителями СМИ, особенно в конфликтных ситуациях. Журналист может задавать неудобные вопросы, провоцировать, перебивать, выводить из себя. Он может быть откровенно враждебным, исказить

факты, передергивать. В такой ситуации сотрудник должен сохранять спокойствие. Не потому, что он не чувствует раздражения (чувствует, и еще как), а потому что он умеет с ним справляться. Устойчивость здесь — это не равнодушие, а способность отделить профессиональный разговор от личной обиды. Журналист нападает не на тебя, а на твою должность. Не принимай на свой счет. Это требует тренировки, самоанализа, умения «выключать» эмоции в нужный момент.

Второй — способность к саморегуляции при публичных выступлениях и интервью. Публичность — это всегда стресс. Даже опытные люди волнуются перед камерой. Саморегуляция — это умение управлять своим состоянием: успокоить дыхание, снять мышечное напряжение, вернуть ясность мысли. Конкретные техники могут быть разными — дыхательные упражнения, аутогенная тренировка, мысленный настрой. Важно, чтобы сотрудник владел хотя бы несколькими из них и мог применить в нужный момент, незаметно для окружающих.

Кроме того, саморегуляция включает умение вовремя остановиться. В пылу интервью, когда тебя задели, хочется ответить резко, сказать лишнее, сорваться. Человек, владеющий саморегуляцией, вовремя чувствует этот момент и тормозит себя. Он может сказать: «Давайте вернемся к этому вопросу позже», или просто взять паузу, сделать глоток воды. Это выглядит профессионально и позволяет не наломать дров.

Эмоционально-волевой компонент — самый трудно формируемый из всех. Знания можно передать на лекции, умения отработать на тренинге, ценности проговорить в беседе. А вот устойчивость и саморегуляция требуют многократной тренировки в условиях, приближенных к реальным. Невозможно научиться держать удар, читая учебник. Нужна практика, нужны острые ситуации, нужно, чтобы кто-то со стороны сказал: «А сейчас ты сорвался, давай разберем, почему». Без этого эмоционально-волевой компонент останется слабым местом, какими бы сильными ни были остальные.

Эмпирические исследования показывают, что до начала целенаправленной подготовки уровень сформированности данных компетенций у сотрудников ОВД, как правило, является недостаточным. Как отмечается в публикациях по результатам апробации программ повышения квалификации, «особенно значительный прогресс был достигнут в области идентификации фейковой информации (с 39 до 97 % правильных ответов) и ведения контрпропагандистской работы (с 47 до 96 %)» [4, с. 231]. В научной литературе обосновывается необходимость использования комплекса

методологических подходов при организации подготовки сотрудников к информационно-пропагандистской работе [5, с. 238–239]. В основе профессиональной подготовки к работе с медиа лежат три взаимодополняющих подхода.

Первый — личностно-развивающий. Он переносит центр тяжести с простой передачи информации на формирование личности сотрудника. Важны не только знания, но и его ценности, мотивы, умение анализировать собственные действия.

Второй — субъектно-деятельностный. Он требует, чтобы обучающийся не оставался в роли пассивного слушателя. Имитационные диалоги с журналистами, подготовка реальных текстов, разбор конкретных случаев, учебные пресс-конференции — все это делает обучение активным. Навык закрепляется только через действие, а не через созерцание.

Третий — герменевтический. Он дает ключ к пониманию того, что скрывается за словами журналистов и ожиданиями аудитории. Позволяет видеть манипуляцию и противостоять ей.

Каждый из подходов важен сам по себе, но только их интеграция дает тот результат, который нужен ведомству: сотрудник, обладающий знаниями, умениями и личностной готовностью работать в публичном поле.

Подготовка к работе с медиа строится на сочетании теории и практики. Теоретическая часть — это лекции и семинары, где изучают правовые нормы, регулирующие деятельность журналистов, основы журналистики и медиариторики, технологию подготовки информационных материалов, методы отражения манипуляций.

Практическая часть опирается на активные методы. Моделирование ситуаций помогает отработать поведение в диалоге с журналистом, особенно в тех случаях, когда обстановка накалена и требует быстрой реакции. Кейс-метод — разбор реальных случаев из практики взаимодействия органов внутренних дел с редакциями — развивает аналитическое мышление и умение находить верное решение. Тренинги, особенно с участием действующих журналистов, позволяют в безопасной обстановке отточить коммуникативные навыки. Занятия с приглашенными специалистами — сотрудниками пресс-служб, пиарщиками, медиаэкспертами — дают актуальную информацию из первых рук.

Только комплексное использование всех этих форм дает целостный результат: сотрудник, готовый к реальному, а не учебному контакту с прессой.

Проведенный теоретический анализ и данные эмпирического исследования

позволяют сформулировать следующие выводы. Подготовка сотрудников органов внутренних дел к взаимодействию со средствами массовой информации должна рассматриваться как одна из приоритетных задач системы профессионального образования. От того, насколько сотрудник умеет выстраивать диалог с журналистом, грамотно подать информацию и противостоять попыткам манипуляции, напрямую зависит общественное восприятие деятельности всего ведомства.

Готовность к такой работе не сводится к простой сумме знаний. Она включает в себя четыре взаимосвязанных компонента: когнитивный (знание законов и технологий), коммуникативно-поведенческий (практические умения), ценностно-мотивационный (понимание смысла и важности этой работы) и эмоционально-волевой (способность сохранять самообладание в стрессовых ситуациях). Только соединение всех четырех составляющих дает полноценный результат.

Эффективное обучение невозможно без соединения трех методологических подходов. Личностно-развивающий отвечает за внутренние установки, субъектно-деятельностный — за практическое освоение навыков через действие, герменевтический — за умение понимать неявные смыслы и распознавать манипуляции. Порознь они не работают, вместе — создают целостную систему.

Ключевые направления совершенствования такой подготовки лежат в нескольких плоскостях. Это переосмысление понятий информации и пропаганды в условиях цифровой среды. Это изучение того, как и почему одни сообщения убеждают аудиторию, а другие нет. Это освоение конкретных форм и методов информационной работы — от подготовки пресс-релиза до ведения официального канала в мессенджерах. И, наконец, это выработка навыков выявления фейков и грамотного опровержения ложных сведений. Апробация разработанных программ показывает, что целенаправленное обучение дает измеримый результат. Число сотрудников, способных уверенно работать с информацией и противостоять дезинформации, возрастает в разы. Это подтверждает: проблема не в неспособности людей, а в отсутствии системной подготовки.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на создание надежных инструментов оценки готовности сотрудников, адаптацию

образовательных программ к специфике российского медиаполя, изучение долгосрочных эффектов обучения, а также поиск эффективных дистанционных форматов для подготовки сотрудников, несущих службу в удаленных регионах.

Список литературы:

- [1] Информационно-пропагандистская работа в органах внутренних дел: направления и методы совершенствования // epinb.ru. – 2025. – С. 230–241.
- [2] Для офицеров российской полиции ввели новую дисциплину — общение с прессой // ПЛН. – 2010. – URL: <https://pln-pskov.ru/allworld/91177.html> (дата обращения: 10.05.2026)
- [3] Новик С.В. Технологии эффективных коммуникаций сотрудников органов внутренних дел с общественностью: учебное пособие. – М.: УрЮИ МВД России, 2022. – 109 с.
- [4] Кравцун И.А. Содержание и технология подготовки пропагандистов для органов внутренних дел // Вектор науки педагогики и психологии. – 2025. – № 3. – С. 25–37.
- [5] Методологические основания подготовки сотрудников, осуществляющих информационно-пропагандистскую работу в подразделениях органов внутренних дел // Российский девиантологический журнал. – 2025. – С. 230–241.

References:

- [1] Advocacy in the internal affairs bodies: directions and methods for improvement// epinb.ru. – 2025. - S. 230-241.
- [2] A new discipline has been introduced for Russian police officers - communication with the press//PLN. – 2010. - URL: <https://pln-pskov.ru/allworld/91177.html> (accessed on: 10.05.2026)
- [3] Novik S.V. Technologies of effective communications of employees of internal affairs bodies with the public: a textbook. - M.: UrYul of the Ministry of Internal Affairs of Russia, 2022. - 109 s.
- [4] Kravtsun I.A. Content and technology of training propagandists for internal affairs bodies// Vector of science of pedagogy and psychology. – 2025. – № 3. - S. 25-37.
- [5] Methodological grounds for training employees carrying out outreach work in subdivisions of internal affairs bodies//Russian Deviantological Journal. – 2025. - S. 230-241.