

ИМИДЖ МИНИСТЕРСТВА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**Хамавов Салимсолтан Арсенович**

студент, ФГБОУ ВО Саратовская государственная юридическая академия, РФ, г. Саратов

Кузьмина Екатерина Александровна

научный руководитель, канд. полит. наук, доцент, ФГБОУ ВО Саратовская государственная юридическая академия, РФ, г. Саратов

Министр внутренних дел Российской Федерации В.А. Колокольцев неоднократно в своих выступлениях подчеркивал необходимость продолжения процесса реформирования правоохранительного органа и поставил задачу коренного изменения имиджа его сотрудников[1].

Под имиджем органов внутренних дел понимается не только внешнее, эмоционально окрашенное отражение образа сотрудника или всего ведомства, но и наглядно-выразительный срез совокупных характеристик, оказывающих психологическое воздействие на различные социальные группы.

Имидж МВД - это не просто некое представление, сформировавшееся в сознании общества, но и наделение методом ассоциаций сотрудников полиции дополнительными качествами и свойствами (далеко не всегда реальными) обладающими большой социальной значимостью как для отдельно взятого индивида, так и целых групп людей.

Имидж не способствует рациональному познанию полиции, но дает мощную социально-психологическую установку на взаимодействие общества и силового ведомства. От того, какой образ сформирован, положительный или отрицательный, зависит эффективность его функционирования.

Отношение граждан к МВД неоднозначное. Об этом свидетельствуют результаты социологического исследования в виде анкетирования, в котором приняли участие граждане обоих полов в возрасте от 18 до 40 лет, отобранные случайным образом. Предполагалось провести оценку правоохранительного органа по следующим показателям: уровень заработной платы, социальных льгот и материального благосостояния, морально-психологических качеств (гуманизм, жесткость, культурный, общеобразовательный уровень), профессионализм, физическая подготовка, внешний вид.

По общей совокупности ответов респондентов сложилась следующая картина: деятельность сотрудников оплачивается «достойно» (60% опрошенных), а вот уровень социальных льгот - нет (40%). Общая оценка материального благосостояния удовлетворительная. На вопросы отвечали люди разных социальных групп, в связи с чем наблюдалось максимальное расхождение мнений при оценке морально-психологических качеств полицейских.

Оценка профессиональных качеств в подавляющем большинстве получила оценку «удовлетворительно» (более 70%).

Очень высоко оценили опрошенные внешний вид сотрудников и атрибутику правоохранительного органа (более 65%), из чего можно сделать вывод, что затраченные в результате преобразований средства были потрачены не зря.

Но если внешний вид и форма сотрудников МВД положительно повлияли на имидж, то физическая подготовка получила, пожалуй, самую низкую оценку, что не замедлило сказаться на общей картине.

И, наконец, отдельно в анкете был задан вопрос об отношении к тем преобразованиям в полиции, которые произошли в последние годы. Увы, но почти половина респондентов (чуть больше 40%) негативно отнеслась к изменениям. Из них многие (35%) не хотели бы, чтобы их родственники служили в органах МВД.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что:

- имидж полиции РФ на сегодняшний день на всех уровнях неоднородный (оценки диаметрально противоположные и мало срединных), что может привести к социальной напряженности в обществе;

- отсутствует «типичный образ» представителя правоохранительного органа;

- мониторинг имиджа лучше проводить сегментарно (по социальным группам), чтобы обеспечить конкретный метод воздействия на аудиторию;

- раскол в общественном сознании вызывает проблему взаимной неудовлетворенности у граждан и полиции, а, как следствие, отсутствие мотивации к содействию.

Очевидно, что проблема создания положительного имиджа есть. Кроется она не только в том, что реформирование МВД еще продолжается и требует приложения значительных усилий по воспитанию и «селекции» сотрудников, но и в том, что теоретическая база по созданию имиджа с заданными параметрами, алгоритмизация этого процесса, адекватного современному состоянию социальной системы, нет. Однако, исследователи активно работают в этом направлении совершенствуя практическую деятельность и накапливая теоретический материал.

Так автор многочисленных статей по этой тематике Д.Г. Передня, доцент кафедры теории и социологии управления органами внутренних дел Академии управления МВД России в своей работе «Технология формирования имиджа органов внутренних дел» представил технологический план формирования имиджа правоохранительного органа на трех уровнях: мифологическом, виртуально-стереотипном и предметном посредством:

- сегментирования социальных субъектов;

- позиционирования результатов деятельности полиции;

- конструирования имиджа ведомства;

- укоренения созданного имиджа в массовом сознании и обретения популярности в различных социальных группах[2].

Рассмотрим, как на практике происходит работа по созданию положительного образа сотрудника органа внутренних дел.

11 марта текущего года на официальном сайте Главного управления Министерства внутренних дел Российской Федерации по Саратовской области была опубликована информационно-аналитическая записка по организации работы ведомства по охране общественного порядка и обеспечении безопасности и защиты прав граждан от преступных посягательств, а также принимаемых мерах по обеспечению общественного доверия и поддержки граждан в 2021 году. Исходя из этого документа следует, что основные меры по реализации государственной политики в сфере внутренних дел предприняты. Что касается непосредственно репутации данного правоохранительного органа, то об этом красноречиво свидетельствуют статистические данные, а также результат опросов. Например, «за 2021 год органами внутренних дел рассмотрено по существу 79000 обращений (+16,5%), в средствах массовой информации размещено 5084 информационных повода о деятельности органов

внутренних дел Саратовской области. Информирование граждан о деятельности полиции осуществлялось посредством социальных сетей (Инстаграмм*, ВКонтакте и других), телевизионных программ: «Дежурная часть-Саратов», (47 выпусков), «Итоги» (55 выпусков). Представители Главка приняли участие в 9 выпусках телевизионной программы «Право знать». Неукоснительно выполняются требования Министерства внутренних дел Российской Федерации об отчетах Руководства Главка, территориальных подразделений и участковых уполномоченных полиции перед населением»[3]. Уровень удовлетворенности граждан качеством работы ведомства составил 97,37%. Общественное мнение об уровне безопасности личности и деятельности органов внутренних дел области хотя и показало небольшой рост с 43,4% до 46,8%, однако остается недостаточно высоким. То же можно констатировать и в отношении защиты прав и законных интересов граждан (с 42,2% до 43,5%)[3]. На наш взгляд работа по формированию имиджа органа внутренних дел может вестись еще активнее и быть разнообразнее и шире, с большим привлечением инновационных методов и технологий по полноценному взаимодействию с гражданами, общественными организациями, с более активным привлечением лучших представителей молодежи, трудовых коллективов.

По-прежнему, имидж современного полицейского формируется, прежде всего, средствами массовой информации, а, следовательно, оказывает непосредственное влияние на эффективность деятельности всех структурных подразделений МВД. Поэтому основным инструментом трансформации устоявшегося имиджа в имидж силовой структуры действенной социальной помощи, гаранта защиты прав, интересов и безопасности людей должны стать службы по связям с общественностью и СМИ. Их основная задача – детерминация областей взаимной ответственности и сотрудничества с населением Саратовской области, выработка эффективных форм и технологий включения общественных инициатив в эту сферу деятельности.

Надо заметить, что эта работа существенно усложняется сложившимся за последние десятилетия массовым сознанием и общественным мнением, переломить которые сразу и коренным образом не получится. Кроме того, в Саратовской области участились случаи негативных публикаций о действиях сотрудников правоохранительного органа. В результате каждодневная профессиональная деятельность МВД по укреплению законности и правопорядка нивелируется, а у населения остается недоверие и поселяется страх. Это, конечно, отрицательно влияет как на имидж полиции Саратовской области, так и на все ведомство в целом. Безусловно, резонансные криминальные события, а также неправомерные действия отдельных сотрудников надо освещать не только с целью демонстрации прозрачности и открытости силового органа, но и с целью показать неотвратимость наказания. Правдивый рассказ без лишних эмоций лучше быстро распространяющихся слухов и домыслов. Но это не единственная коммуникативная проблема.

Еще один немаловажный момент. В докладе руководителя Главного управления МВД по Саратовской области не было никакой информации о деятельности Общественного совета при ГУ МВД России по Саратовской области. Последний отчет о его деятельности за 2019 год опубликован 24.03.2020г.

Среди значимых мероприятий, указанных в отчете, значатся: региональные этапы Всероссийских конкурсов «Полицейский Дядя Степа», «Мои родители работают в полиции», всероссийские акции, направленные на укрепление положительного имиджа сотрудника полиции «Студенческий десант», «Зарядка со стражем порядка», «Полицейский Дед Мороз», «Гражданский мониторинг», Гражданский форум Саратовской области. Все они освещались в СМИ. Продолжена реализация совместной инициативы ГУ МВД России по Саратовской области и Общественного совета при Главке о профильном обучении народных дружинников по специально разработанному учебно-методическому комплексу, который включает в себя занятия по правовой, физической, медицинской и психологической подготовке[4]. Эти и другие мероприятия, безусловно, способствуют выстраиванию эффективных взаимоотношений между полицией и гражданами на основе уважения и доверия. В целом, работа Общественного совета при ГУ МВД России по Саратовской области оказывает неоценимую поддержку в деле формирования достойного образа сотрудника полиции.

В заключении отметим, что в Саратовской области, как и других регионах России, сложился неоднозначный и противоречивый образ ведомства МВД, отсутствует «образ типичного

представителя», имеется взаимная неудовлетворенность у гражданского общества и полиции. Это свидетельствует не только о недостаточной работе служб по взаимодействию с общественностью, но и о незрелости современного общества. Поэтому формирование позитивного имиджа правоохранительного органа может происходить только при условии методически выверенной, правильно спланированной программы действий, которая будет постоянно корректироваться в зависимости от реалий жизни и массового общественного восприятия.

*(социальная сеть, запрещенная на территории РФ, как продукт организации Meta, признанной экстремистской – прим.ред.)

Список литературы:

1. Богданов В. МВД изменит имидж полицейских URL: <https://www.rg.ru/2013/04/28/reforma-site.html> (Дата обращения: 24.03.2022г.)
2. Передня Д.Г. Технология формирования имиджа органов внутренних дел//Труда Академии управления МВД России.2016. №1.С.36-45.
3. Официальный сайт Главного управления Министерства внутренних дел Российской Федерации по Саратовской области URL: <https://64.мвд.рф/> (Дата обращения: 24.03.2022г.).
4. Общественный совет при Главном управлении Министерства внутренних дел Российской Федерации по Саратовской области URL: https://64.мвд.рф/gumvd/sovet/novosti_Obshhestvennogo_soveta/item/15366709/ (Дата обращения: 24.03.2022г.).
5. Федеральный закон от 07.02.2011 N 3-ФЗ (ред. от 21.12.2021) "О полиции"// Официальный интернет-портале правовой информации <http://pravo.gov.ru> - 21.12.2021г. (Дата обращения: 24.03.2022г.).
6. Почепцов Г.Г. Имиджелогия /под ред. Почепцова Г.Г. М.: СмартБук, 2009.-575 с.
7. Щербина В.В. Социальные технологии: история выявления термина, трансформация содержания, современное состояние //Социологические исследования. 2014. № 7. С. 123-125.