

УДК 070.1:355

## ОЦЕНКА ИМИДЖА СИЛОВЫХ СТРУКТУР: НАЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

© 2010 С.И. Окс

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 ноября 2009 года

**Аннотация:** В статье анализируется специфика восприятия деятельности силовых структур в национальном аспекте. В том числе описаны результаты проведенного социологического исследования в г. Воронеже. Дано определение понятия «имидж силовых структур», выявлены его составляющие и условия формирования, также обозначены наиболее актуальные в современных условиях проблемы, решение которых связано с работой силовых структур.

**Ключевые слова:** имидж силовых структур, информационная политика, ПР, СМИ, анкетирование, отношение к силовым структурам.

**Abstract:** In this article perception's specificity of activity of the military and policing branch of government in national aspect is analyzed. There are data of the original sociological research that was carried out in Voronezh. Besides we tried to give a concept definition of «image of the military and policing branch of government» and revealed its components and forming conditions. We also designated the most actual problems which decision is connected with work of the military and policing branch of government.

**Key words:** image of military and policing branch of government, information politics, PR, mass media, (questionnaire)poll, attitude to the military and policing branch of government.

Проблема формирования имиджа силовых структур в последние годы находится в центре внимания социологов, имиджмейкеров, специалистов в области рекламы. В связи с этим представляется актуальным сопоставление отечественного опыта с практикой стран, накопивших богатый опыт в данной сфере.

Коренное изменение российской макросреды, в которой функционируют силовые структуры, привели к реорганизации и их имиджевых стратегий. Возрастающее значение в формировании имиджа приобретает развитие внутренних коммуникаций организации и, прежде всего, отношения с сотрудниками, которые определяют большинство параметров имиджа организации: это и повышение мотивации труда работников, их квалификации, развитие

обратной связи руководства, в том числе и через анкетирование, умение действовать в различных кризисных ситуациях и т.д.

Имидж любой силовой структуры, представляющий собой целостное восприятие организации теми или иными группами общественности, формируется на основе хранящейся в их памяти информации о различных сторонах деятельности этой организации. При этом, говоря о целостности восприятия, мы имеем в виду и понимание, и оценку деятельности подобной структуры.

Взаимодействие с прессой декларируется как приоритетное направление для МВД России. Не случайно первым в 2009 году приказом Министр внутренних дел России Рашид Нургалiev утвердил Концепцию совершенствования взаимодействия подразделений системы МВД со СМИ и общественными объединениями на 2009-2014 гг. Кроме того, сегодня реализуется

ряд информационных проектов, способствующих популяризации и привлечению общественности к участию в важнейших направлениях работы МВД, среди которых пресечение экономических преступлений, создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса, участие в борьбе с коррупцией и экстремизмом [1].

Действительно, Министерством внутренних дел взят курс на проведение открытой информационной политики. Однако до сих пор не удалось в полной мере сформировать и активно поддерживать достаточное информационное наполнение СМИ, позволяющее профессионально и объективно доводить до граждан информацию о раскрытии преступлений, разъяснять интересующие правовые аспекты правоохранительной деятельности. Анализ информационного поля показывает, что в средствах массовой информации нередко публикуются публикации, несущие негативную информацию о силовых структурах, при этом обратная реакция не всегда своевременна. Для исправления ситуации необходимы широкомасштабные информационные кампании по формированию устойчивого положительного имиджа правоохранительной деятельности, содействия органам внутренних дел и активного участия общественности в обеспечении правопорядка.

К важным условиям формирования имиджа относятся: наличие стратегической цели организации; присутствие значимых для социума ценностей; образность, подразумевающая проективность, обобщенность, зрительность, диалогичность. Кроме того, важно оценить такие параметры, как надежность имиджа и его социально-культурная целесообразность. Применительно к силовым структурам последнее проявляется в непротиворечивости традициям общества. Имидж силовых структур должен отражать потребности общественности, для этого необходимо ответить на вопрос, выражает ли имидж общие (явные или скрытые) потребности социума.

При этом об имидже можно говорить лишь в том случае, когда сформированы устойчивые представления об объекте. В связи с этим представляются преждевременными заявления о том, что к настоящему времени сформирован положительный имидж силовых структур [2]. По нашему мнению, можно говорить лишь о начальном этапе корректировки имиджа силовых структур. Отличительной особенностью является то, что в настоящее время силовым структурам приходится не укреплять имеющийся имидж, а прилагать немалые усилия к его изменению.

Содержание понятия имиджа силовой структуры включает две составляющие:

- описательную (или информационную), представляющую собой образ организации,

совокупность всех представлений (знаний) об организации;

- оценочную, связанную с отношением к организации и существующую в силу того, что хранящаяся в памяти информация не воспринимается безразлично, а пробуждает оценки и эмоции, обладающие различной интенсивностью.

Граждане любой страны оценивают силовую структуру через призму своего прошлого опыта, ценностных ориентаций, общепринятых норм и моральных принципов. Причем образ и оценка поддаются лишь условному концептуальному различению. В реальности они неразрывно связаны и образуют единое целое.

Следовательно, имидж силовой структуры можно рассматривать как существующую в сознании людей систему представлений (образов) и оценок, объектом которых она является.

При этом ценности и нормы не возникают «ниоткуда». Министр иностранных дел Швейцарии Мишель Калми-Рей справедливо отмечает: «Ценности не растут на деревьях. Их нельзя вот так просто сорвать. Они растут в историческом процессе, возникают в дискурсе, в мыслях, в политической практике и разумном урегулировании разногласий. Мы должны обсуждать эти ценности, проверять их, культивировать их и, если необходимо, отстаивать и вступаться за них» [3].

Имидж силовой структуры, по нашему мнению, может быть определен как корреляция между представлением, которое организация хочет создать о себе, и представлением, которое существует. При этом представления силовой структуры о себе и представления о ней населения могут не совпадать. Выяснить причины расхождений можно только на основе социологических исследований.

Для формирования имиджа силовой структуры, по нашему мнению, необходимо выполнение нескольких условий:

- имидж соответствует стратегии развития силовой структуры;
- имидж соответствует уровню/этапу развития силовой структуры;
- внутренний имидж соответствует внешнему имиджу;
- имидж соответствует современному этапу развития общества,

в котором существует силовая структура.

Каждому этапу развития силовой структуры должна соответствовать своя имиджевая политика, как внешняя, так и внутренняя. Успешность прохождения каждого последующего этапа определяется адекватностью имиджевой политики предыдущего этапа.

PR представляют собой процесс налаживания и развития двусторонних связей между субъектом

общества и его целевыми аудиториями. В свою очередь двусторонние связи подразумевают наличие обратной реакции, а также возможность влияния как субъекта на целевые аудитории, так и целевых аудиторий на субъект. В связи с этим неоспоримо возрастает роль и значение специализированных исследований, которые позволяют определить отношение социума к силовым структурам.

Начиная с 1983 года, полиция Лондона в мониторинговом режиме проводит опросы населения для выявления наиболее актуальных проблем в работе силовой структуры. Следует отметить, что результаты исследований используются для разработки перспективных бизнес-планов («Policing London Business Plan»). Результаты анкетирования широко обсуждаются на конференциях, специальных веб-сайтах, а также в ряде изданий, таких как «The Guardian», «The Londonist» и др.

Что касается российского опыта, несмотря на то, что подобные исследования внедряются все более широко, нам неизвестны случаи масштабных обсуждений в прессе полученных результатов.

В настоящей статье мы предприняли попытку сопоставить результаты лондонского исследования конца 2008 года [4] и аналогичного социологического замера общественного мнения, осуществленного автором в конце 2009 года [5].

Опрос проведен нами в г. Воронеже, который может рассматриваться как типичный город-«миллионник» центра России.

Анализ социологической информации показал, что жителей Лондона в наибольшей степени волнует проблема асоциального поведения (ее обозначили 30,9 % респондентов). Характерно, что такая же доля опрошенных воронежцев (30,0 %) озабочена ростом числа людей, склонных к асоциальному поведению. Однако эта проблема не занимает первой рейтинговой позиции. Анализ приведенных в таблице 1 данных показывает, что если жителей Великобритании в большей степени волнуют проблемы, условно говоря, внешние по отношению к силовым структурам (исключение составляет только «нехватка постов полиции и патрулей» на которую указало 26,7 % опрошенных), то для россиян каждая вторая проблема может быть отнесена к внутренним вопросам деятельности правоохранительных органов («коррупция в силовых структурах» – 80,3 %; «отсутствие должного контроля и отбора при приеме на работу в силовые структуры» – 64,3 %, «закрытость силовых структур, отсутствие информации об их работе» – 27,7 %, «недостаточная профессиональная подготовка работников силовых структур» – 26,0 %).

Интересно отметить, что жители Лондона доверяют полиции, но при этом с недоверием относятся к системе правосудия, которая зачастую,

**Таблица 1**

Рейтинги наиболее значимых в современных условиях проблем, решение которых связано с деятельностью силовых структур

Мнение жителей Лондона		Мнение жителей Воронежа	
Проблема	Рейтинг	Проблема	Рейтинг
Асоциальное поведение	1	Коррупция в силовых структурах	1
Нехватка постов полиции и патрулей	2	Отсутствие должного контроля и отбора при приеме на работу в силовые структуры	2
Молодежная преступность	3-4	Асоциальное поведение	3
Нарушение правил дорожного движения	3-4	Терроризм	4
Количество преступлений, совершенных при помощи холодного и огнестрельного оружия	5	Закрытость силовых структур, отсутствие информации об их работе	5
Преступления, связанные с наркотиками	6	Недостаточная профессиональная подготовка работников силовых структур	6
Воровство	7	Рост организованной преступности	7
Терроризм	8	Рост преступности на бытовом уровне	8

по их мнению, выносит несправедливые решения по отношению к подсудимым (на эту проблему указали 11,7 % опрошенных).

Анализ результатов проведенного нами исследования показал, что женщины в 4 раза больше, чем мужчины обеспокоены ростом преступности на бытовом уровне, в 2,7 раза – проблемой терроризма и в 1,5 раза – ростом организованной преступности. При этом их в меньшей мере по сравнению с мужчинами волнует недостаточная профессиональная подготовка работников силовых структур (в 1,2 раза), отсутствие должного контроля и отбора при приеме на работу в силовые структуры (в 1,1 раза).

Если говорить об оценках людей разных возрастных групп, то коррупция в силовых структурах волнует их примерно в равной степени; о недостаточной профессиональной подготовке работников силовых структур в большей мере задумываются люди среднего возраста; а проблемы терроризма склонны ставить на первое место люди до 25 лет.

Что касается лондонского опроса, то выбор приоритетов был довольно схож как для мужчин, так и для женщин. Исключение составляет только такая проблема, как асоциальное поведение, которую отметили в основном мужчины. Представители всех возрастных категорий единодушны в отношении такой проблемы, как преступления, совершенные при помощи огнестрельного и холодного оружия. Асоциальным поведением сограждан в большей степени озабочены люди пожилого возраста, тогда как молодежь – преступлениями, связанными с наркотиками.

Отметим еще несколько проблем, которые, являясь значимыми для лондонцев, представляют интерес и для представителей PR-служб российских силовых структур.

Так, 6,7 % жителей Лондона выделили проблему взаимоотношений полиции и общества. По мнению опрошенных, сотрудники полиции должны общаться с населением не только в ходе расследований преступлений, но и в любое другое время, когда у горожан возникают проблемы. Полиция должна быть «доступна» для населения. С этой точки зрения представляется интересной рекламная кампания 2009 г., проведенная в российских городах, в рамках которой проводилась параллель между словами «участковый» и «участие». Однако подобные акции могут быть успешными только в том случае, если они опираются на личный опыт горожан (т.е. они знают своих участковых, действительно обращаются к ним за помощью в решении проблем).

Для 1,3 % лондонцев значимой проблемой оказывается профессиональная подготовка сотрудников полиции (ровно в 20 раз меньше, чем

аналогичный показатель по результатам нашего исследования!). Англичане считают, что офицер полиции должен обладать хорошим образованием, выдержкой, коммуникативными навыками для работы со сложными категориями населения.

Несмотря на то, что для жителей туманного Альбиона проблема недоверия полиции не является сколько-нибудь значимой, каждый десятый опрошенный указал, что для улучшения имиджа полиции ей необходимо завоевать доверие населения. Так, один респондент отметил: «Полиция должна привлекать население на свою сторону, а не воевать с ним». Многие проблемы могут быть решены благодаря кооперированию сил полиции и населения. К сожалению, отечественная практика свидетельствует о том, что чаще мы имеем дело с конфронтацией, нежели союзом.

20,3 % российских респондентов выделили такую значимую для них проблему, как рост организованной преступности. Характерно, что жители Лондона считают эту проблему производной терроризма, проституции, нелегальной иммиграции (как самостоятельную и в высокой мере значимую на нее указали менее 1 % опрошенных).

Характерно, что в ходе лондонского опроса респондентами высказывалось мнение о том, что в СМИ необходимо давать как можно больше положительной информации о деятельности полиции, чтобы нейтрализовать негативные сведения. Опрошенные отмечали, что рост отрицательной информации о полиции ведет к подрыву доверия населения к силовым структурам, вызывает чувство страха и незащищенности. Представляется, что полученные данные актуальны и для нашей страны.

Важно отметить, что 10,3 % опрошенных англичан в колонке анкеты, где можно было дополнительно оставить комментарий, поблагодарили сотрудников полиции за добросовестный и тяжелый труд, отметили улучшения в работе полиции и привели собственные примеры положительного опыта общения с сотрудниками полиции. В ходе нашего опроса ни одного подобного комментария в отношении милиции сделано не было.

Анализ выбранных лондонцами и воронежцами приоритетов и предложенных ими тактик показывает, что, несмотря на тип выбранной проблемы, респонденты предлагали схожие пути решения: увеличение количества полицейских, ужесточение наказания, усиление работы по предотвращению преступлений. Подобное единодушие во взглядах и ожиданиях различных целевых аудиторий позволяет говорить о том, что многие PR-технологии, использованные при формировании имиджа силовых структур, отработанные в Великобритании, могут быть применены в российских условиях.

Показательны пути решения выделенных проблем, которые предлагают респонденты двух стран. Владение такой информацией помогает грамотно выстроить рекламные стратегии и технологии взаимодействия со СМИ, правильно составив акценты и выделив рекламные аргументы. Так, для решения проблемы асоциальное поведение лондонцы предлагают усилить работу полиции, ужесточить систему наказания, активнее решать проблемы занятости населения, наладить взаимодействие со школами. Для преодоления недостатка постов полиции и патрулей, по их мнению, следует увеличить численность офицеров полиции, бороться с бюрократией, увеличить финансирование, привлекать к работе «штатские единицы». Молодежная преступность является одной из главных проблем Лондона. Данный вид преступлений, как правило, отличается особой жестокостью. Для ее решения респонденты предлагали серьезнее заниматься вопросом трудоустройства молодых людей, разрабатывать и реализовывать специальные проекты, активнее взаимодействовать со школами.

Что касается нарушения правил дорожного движения, то основными причинами гибели и травм людей являются нарушение скоростного режима и игнорирование правил дорожного движения. По мнению лондонцев, полиция не уделяет данной проблеме должного внимания. Респонденты предлагают следующие пути решения (в порядке понижения рейтинга): ужесточение наказания за нарушения, формирование культуры вождения. Интересно, что проблему вождения в пьяном виде выделили всего 0,5 % опрошенных.

По статистике, треть пострадавших в Лондоне составляют жертвы преступлений с применением оружия (и холодного, и огнестрельного). Основными причинами подобных правонарушений респонденты считают снижение уровня жизни, пропаганду ношения оружия, негативное влияние масс-медиа (публикации и репортажи, порождающие страхи и агрессию). Соответственно выход опрошенные видят в разработке специальных программ и запрете на продажу оружия.

Наркотики – одна из серьезнейших проблем современного общества. Многие преступления (воровство, разбой, убийства) тесно связаны с их распространением. По мнению лондонцев, полиция должна уделять данной проблеме больше внимания, государство должно не только ужесточить наказания за подобные преступления, но и разрабатывать специальные программы реабилитации наркоманов.

Проблема воровства, угона автомобилей и велосипедов является седьмой по значимости для жителей Лондона. Снижение уровня жизни, недостаточное количество патрулирующих по-

лицейских и несерьезное отношение силовых структур к данной проблеме – вот, по мнению опрошенных, главные причины совершения подобных преступлений. Решение проблемы видится респондентам в реализации специальных программ по предотвращению угона и жесточечении наказания за данные правонарушения.

Для борьбы с терроризмом лондонцы предлагают объединить усилия полиции и общества, шире освещать работу силовых структур в СМИ, пресекать нелегальную иммиграцию.

Анализ полученных нами данных позволяет заключить, что в качестве основных мер борьбы с коррупцией в силовых структурах воронежцы предлагают ужесточение наказания, усиление контроля за деятельностью сотрудников силовых структур, улучшение условий труда.

Отмечая проблему недостаточной профессиональной подготовки работников силовых структур, респонденты предлагают повысить уровень требований при приеме на работу, в том числе к профессиональному образованию, наладить систему передачи опыта молодым специалистам и улучшить систему «внутрифирменной» подготовки. Выделяя в качестве проблемы отсутствие должного контроля и отбора при приеме на работу в силовые структуры, воронежцы отмечают, что не только необходимо повысить такой контроль, но и разработать (и реализовать) последовательные государственные мероприятия по улучшению имиджа силовых структур, в первую очередь, с использованием СМИ.

Ожидаемые результаты получены при ответах на вопрос о том, как надо бороться с закрытостью силовых структур и отсутствием информации об их работе, в том числе в СМИ. Респонденты предлагают сделать систему более открытой для населения, разработать схему взаимодействия силовых структур со СМИ.

Для решения такой проблемы, как рост организованной преступности, жители Воронежа предлагают ужесточить наказание за подобные правонарушения, обеспечить государственные гарантии в сфере занятости (прежде всего молодежи).

Причины снижения остроты такой проблемы, как рост числа людей, склонных к асоциальному поведению, респонденты видят как в экономических факторах (стабилизация экономики, повышение уровня жизни), так и в культурно-нравственных (формирование духовных ценностей, нравственное воспитание). Параллельно с этим предлагается ужесточить наказание и усилить государственную власть.

Аналогичные пути выхода из сложившейся ситуации предлагаются опрошенными при решении такой проблемы, как рост преступности на бытовом уровне.

Для борьбы с терроризмом предлагается обратить более пристальное внимание к подготовке соответствующих специалистов силовых структур, запретить пропаганду терроризма и насилия в СМИ, усилить пограничный контроль и ужесточить наказание для террористов.

Оценивая отношение общества к силовым структурам, следует помнить, что формирование их имиджа происходит через развитие открытости, через доверие к уважению. Открытость приводит к доверию. Соответствующий уровень доверия формирует уважение. Когда будет уважение, граждане начнут стремиться содействовать милиции, оказывать поддержку. Именно наличие уважения и поддержки обуславливает формирование положительного имиджа.

Проведенный нами анализ позволяет сделать следующие выводы.

Результаты социологических опросов составляют серьезную информационную базу для выработки стратегий по развитию силовых структур и формированию их имиджа. Опыт западных стран показывает, что широкое обсуждение выявленных в ходе подобных исследований проблем не наносит урона престижу правоохранительных органов.

При всем различии ситуации, сложившейся в западноевропейских странах, и в России, в нашей стране может быть использована информация, накопленная в ходе зарубежных социологических мониторингов, так как большинство проблем формирования имиджа силовых структур и путей их решения в разных странах созвучны, а национальная специфика не является определяющей.

Внутренние проблемы силовых структур в значительной мере волнуют россиян. Так как недостаток официальной информации «компенсируется» периодически появляющимися в прессе негатив-

ными публикациями о действиях представителей силовых структур, налицо явные недоработки в деле формирования имиджа таких организаций.

Предпочтения различных социально-демографических групп населения в высокой степени дифференцированы, следовательно, при организации работы по созданию и/или корректировке имиджа силовых структур должны учитываться особенности целевых аудиторий.

## ЛИТЕРАТУРА

1. См. : Пресс-служба ГУ МВД России по УрФО. – (<http://www.mvd-urfo.ru/news/news-401.html>).
2. См. : Силовые структуры : от имиджа силы к силе имиджа. – (<http://www.mvd-urfo.ru/news/news-401.html>).
3. См. : Калми-Рей Мишеллин. Обращение Президента и министра иностранных дел Швейцарии Мишеллин Калми-Рей по случаю празднования 1-го августа 2007 г. / Пер. Обращения с немецкого Л. Проценко // Письмо Д. А. Мисюрову, Berne, 14<sup>th</sup> January 2008, Micheline Calmy-Rey, Federal Councillor. Website in German. – ([http://www.eda.admin.ch/etc/medialib/downloads/edazen/dfa/head/speech.Par.0186.File.tmp/0807\\_Ruitli\\_d.pdf](http://www.eda.admin.ch/etc/medialib/downloads/edazen/dfa/head/speech.Par.0186.File.tmp/0807_Ruitli_d.pdf)).
4. Размер выборки 776 человек. Метод опроса – анкетирование. Исследование проведено в период с 1 октября по 15 декабря 2008 года. – (<http://www.mpa.gov.uk/>).
5. Размер выборки 350 человек. Выборка репрезентирует взрослое население г. Воронеж (от 18 лет и старше) по таким параметрам, как пол, возраст, уровень образования. Метод опроса – анкетирование. Исследование проведено в период с 15 ноября по 25 декабря 2009 года.

*Окс С.И.*  
Аспирант факультета журналистики ВГУ,  
кафедра рекламы и дизайна.  
e-mail: svetaoks@yandex.ru

*Oks S.I.*  
Voronezh State University Postgraduate student of  
department of Advertising and design.