

НЕДОВЕРИЕ ОБЩЕСТВА К МВД: СУТЬ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ

Т. К. Айсин

Ульяновский государственный университет

Поступила в редакцию 26 декабря 2014 г.

Аннотация: была разработана репрезентативная выборка и проведен социальный опрос на тему отношения общества к сотрудничеству с правоохранительными органами, выявлен примерный охват аудитории социальной рекламой Министерства внутренних дел.

Ключевые слова: СМИ, МВД, силовые структуры, полиция России, правоохранительные органы, безразличие, донос, репрессии, гражданская позиция.

Abstract: was developed and conducted by a representative sample of the social survey on public attitudes to cooperate with law enforcement agencies, as well as identified the approximate audience reach of social advertising of the Ministry of Internal Affairs.

Key words: the media, the Ministry of Interior, the security forces, the police in Russia, the police, indifference, denunciation, repression, civil position.

В настоящее время в нашем обществе слишком низкий уровень доверия к правоохранительным органам. В умах граждан присутствует укрепившийся негативный социальный стереотип полицейского. Сотрудник силовых структур воспринимается не как защитник, а как некий враг. Сотрудничество с МВД ассоциируется с доносом, и граждане всячески избегают содействовать не только следствию, но и выявлению причин и виновных в мелких правонарушениях. Кроме того, одним из негативных устоев в обществе является социальное безразличие, лишь очень низкий процент граждан станет помогать незнакомому человеку, попавшему в беду. Устранение данных проблем является непосредственной задачей отдела по связям с общественностью Министерства внутренних дел.

В современной российской журналистике теме деятельности правоохранительных органов отводится особое место. До конца восьмидесятых годов двадцатого века существовала форма отчетности правоохранительными органами о проделанной работе, которая помимо всего прочего информировала граждан о проделанной работе, о совершенных и раскрытых преступлениях и профилактике борьбы с преступностью. В СМИ активно велись рубрики, посвященные тематике правоохранительных органов. В таких отраслях искусства, как литература и кино, присутствовал положительный образ борца с преступностью. Тогда профессия сотрудника внутренних дел была престижной и пользовалась авторитетом. Ситуация резко изменилась в девяностые

годы, когда поменялись ценностные ориентиры. В разговорную речь вошли жаргонизмы и быстро захватили в русском языке лидирующие позиции. Тогда СМИ, а особенно «Желтую прессу» стали интересовать не борцы с преступностью, а скорее наоборот. Преступник стал «героем» и тема криминального мира стала завоевывать популярность и даже в какой-то степени стала казаться романтической. Слово «милиционер» было вытеснено жаргонным «мент».

Все публикации на правоохранительную тематику несли негативные отзывы о работе милиции, всюду говорилось о коррупции и преступности в их среде. Кроме «желтой прессы» на становление такой ситуации повлияли пресс-службы, которые должны были максимально точно описывать ход работы правоохранительных органов, но, как уже говорилось выше, общество первым делом воспринимало негативную информацию. Нередко были случаи вмешательства «желтой прессы» в ход расследования.

В начале 21 века «лихие девяностые» ушли в прошлое, но проблема, возникшая в те годы, не решена до конца и по сей день. Ситуацию усугубило поведение ОМОНА во время выхода футбольных фанатов на манежную площадь 11 декабря 2010 года. В последующие годы на отношение народа к полиции также повлияли митинги против партии «Единая Россия» и все события, непосредственно с ними связанные. Тогда в умах людей только подтвердился образ полицейского как «мента, нападающего на мирных граждан» [1].

Основную массу информации современный человек получает из опосредованных источников и пре-

жде всего – из СМИ. Тема правоохранительных органов в этом отношении – не исключение. Согласно отчету о НИР «Исследование общественного мнения об уровне безопасности личности и деятельности органов внутренних дел Российской Федерации» почти половина опрошенных (47 %) признают, что более всего на их представления о работе органов внутренних дел повлияли новостные и публицистические теле- и радиопередачи, а 25 % важную роль в этом вопросе отводят публикациям в прессе. Кроме того, 13 % ориентируются на Интернет, оказывающий специфическое воздействие на формирование имиджа органов внутренних дел: по сравнению с 2009 годом весомость Интернета как источника сведений о полиции выросла вдвое (с 6 %) [2].

На телеканале НТВ ежедневно транслируются полицейские сериалы, но они не пользуются в молодежной среде такой популярностью как «Бригада» или «Бумер». Фильмы, о так называемых «детях жестоких девяностых», главными действующими лицами там являются преступники, сотрудники МВД же показаны исключительно продажными.

Таким образом, силовым структурам необходимо наладить адекватное взаимоотношение с обществом, создать «почву» для возможного сотрудничества и упрочить свою репутацию в глазах граждан. Для этого пресс-службам правоохранительных органов нужно вести периодические работы по связям с общественностью, используя мультимедийные средства пропаганды правоохранительной тематики, включающие в себя социальную рекламу, конкурсы, общественные мероприятия.

Исходя из вышеназванных положений, был проведен социальный опрос, в ходе которого было опрошено по сто человек из двух возрастных категорий: студенты (в возрасте старше 18) и люди среднего возраста, поскольку полная гражданская ответственность наступает по достижении 18-летнего возраста, также одним из главных критериев здесь является тот факт, что люди в этом возрасте более коммуникативны, нежели пенсионеры. Опрос был проведен в августе 2014 года на улице, то есть опрашиваемыми были обычные прохожие. Перед данным опросом были поставлены следующие цели: выяснить общественное мнение о правоохранительных органах, степень готовности граждан сотрудничать с полицией, возможные причины отказа от сотрудничества, а также оценка деятельности пресс-служб МВД по повышению имиджа сотрудника полиции.

Для выяснения степени готовности граждан сотрудничать с полицией, опрашиваемым предлагалось только два варианта ответа: «Да» и «Нет». В результате проведенного опроса выяснилось, что люди среднего возраста имеют более стойкую гражданскую позицию: 40 % опрошенных ответили, что положительно относятся к сотрудничеству с силовыми структурами, в то время как всего 17 % опро-

шенной молодежи помогли бы следствию или хотя бы позвонили в полицию. Как мы видим из процентного соотношения, все-таки большая часть негативно относится к подобному проявлению гражданской позиции. Ответы у обеих возрастных групп очень похожи: «бесполезно», «безразлично», «не хочу лишних проблем», «полицию боюсь не меньше, чем преступников», «я не стукач, писать доносы не намерен». С одной стороны в этом нет ничего удивительного, но с другой стороны так считают только граждане России и стран СНГ. Согласно данным аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр», в США и Западной Европе (в среднем) в результате опросов проведенных 13 января 2005 г. (США) и 8–15 декабря 2004 г. (Зап. Европа), более 60 % опрошенных в целом доверяют полиции [3].

В ходе проведения опроса, внушительный процент опрашиваемых употреблял слово «донос» в сугубо отрицательном значении. Согласно словарю В. И. Даля, донос определяется двояко: и как нейтральное юридическое понятие, и как синоним «извета» [4]. В старом русском праве донос определялся как любое сообщение властям о преступлении. Современное же значение слова является сугубо отрицательным, еще в «Словаре русских синонимов» Н. Абрамова (1890 г.) слово представлялось исключительно в негативном ряду: «Донос, извет, оговор, поклеп, ябеда». Окончательно негативную окраску слово приобрело в годы печально известных Сталинских репрессий.

СТАЛИНСКИЕ РЕПРЕССИИ И ИХ ПОСЛЕДСТВИЯ

Сталинские репрессии – массовые политические репрессии в СССР, исполнявшиеся карательными органами в период правления генерального секретаря ЦК КПСС И. В. Сталина. По своей сути являлись продолжением прежней репрессивной политики большевизма.

«Большой скачок» индустриализации и коллективизации периода первых пятилеток вызвал массовое недовольство (в том числе и недовольство партийными кадрами, их обвиняли в перегибах за слишком активное выполнение указаний центральных органов власти).

Органы ОГПУ «разоблачали» недовольных проводившимся курсом специалистов, которые обвинялись во «вредительстве» и осуждались не только на публичных процессах, но и в внесудебном порядке. В период коллективизации массовым репрессиям подвергались и крестьяне. Важная черта репрессий, выявившаяся уже тогда – смешение уголовных политических преступлений, когда представителей оппозиционно настроенных обществ обвиняли в уголовных преступлениях, а мелкие кражи «общественной собственности» (в том числе в период голода 1932–1933 гг.) объяснялись сознательным сопротивлением мероприятиям советской власти [6].

Угрозу сталинской политике показал и Семнадцатый съезд ВКП(б). (массовые уничтожения в 1937–1938 гг. партийно-государственных кадров, интеллигенции и других людей, подозреваемых в оппозиционных настроениях) [5].

1 декабря 1934 г. был убит С. М. Киров. Сталин использовал это убийство в качестве повода для постепенного развертывания террора против партийных кадров. В условиях тоталитарного режима террор оказывался наиболее действенным средством борьбы за сохранение власти правящей группой. Уничтожая сотни тысяч людей, Сталин мог преследовать устранение элиты, саботирующей его курс и представлявшей потенциальную опасность.

В дальнейшем репрессии носили более упорядоченный характер, были направлены против конкретных групп: социальных («прогульщики» с 1940), национальных (пленные польские офицеры, 1940, «народы предатели», 1941–1944 гг., «Еврейского антифашистского комитета», 1948), военных (группа руководителей ВВС и ПВО, командование Западным фронтом в 1941 г.) и административно-политических («Ленинградское дело», 1949).

Репрессивная машина, обладая собственными интересами и инерцией, фабриковала «дела» не только по команде сверху, но и по собственной инициативе, пользуясь любыми сигналами.

По данным КГБ СССР в 1930–1953 гг. репрессиям подверглись 3778234 человека, из которых 786098 было расстреляно, остальные же были направлены в хозяйства системы ГУЛАГ. В целом репрессии сыграли не только огромную разрушительную роль, но и поспособствовали «замораживанию», торможению развития страны на стадии тоталитарного режима [6].

Современные российские историки отмечают одной из особенностей сталинских репрессий то, что значительная их часть нарушала существовавшее законодательство и основной закон страны – советскую Конституцию. В особенности противоречило закону создание многочисленных внесудебных органов.

Жертвами репрессий становились не только активные политические оппозиционеры режима большевиков, но и просто люди, выразившие свое несогласие с политикой партии. Как пишет историк С. В. Волков, «Красный террор представлял собой «широкомасштабную кампанию репрессий большевиков, строившуюся по социальному признаку и направленную против тех сословий и социальных групп, которые они считали препятствием к достижению целей своей партии».

В годы Сталинских репрессий слово «донос» окончательно приобрело сугубо негативное значение, поскольку способствовала репрессиям именно деятельность так называемых осведомителей – людей тайно сотрудничающих с правоохранительными органами. Стоит заметить, что никто никого не принуждал писать доносы, это было добровольным

делом каждого гражданина и нередко осведомители злоупотребляли своей деятельностью и устраняли своих недругов средством обычной клеветы [7].

Данное предположение наиболее четко обозначено исторически и социально. И в ходе проведенного нами опроса, более 20 % опрошенных подняли тему доносов и, так называемого «стукачества». Такие люди с очень низкой долей вероятности пойдут на сотрудничество с силовыми структурами и, в большинстве случаев, негативно отнесутся к своим друзьям и знакомым, если те начнут сотрудничать с правоохранительными органами.

Подавляющее же большинство опрошенных нами граждан (более 50 %) заявили, что не станут помогать силовым структурам, если дело не будет касаться их лично. Отсюда следует сделать вывод о наличии второй проблемы: социальном безразличии.

СОЦИАЛЬНОЕ БЕЗРАЗЛИЧИЕ

Причины социального паразитизма в нашем обществе имеют своим объективным источником несбалансированное состояние экономики, деформации в социальной сфере, отчуждение трудоспособного населения от участия в политической и экономической жизни общества. Немаловажную роль играют здесь и деформации в духовной сфере общественной жизни. В некоторых семьях происходит разрыв эмоциональных связей, что может не только осознанно, но и неосознанно привести детей и подростков к привычке проводить время вне дома, а затем и к антиобщественному образу жизни.

Серьезными являются и недостатки трудового воспитания в школе. Низкий культурный уровень, безразличие к общественным интересам, социальная пассивность как следствие конфликтов, коллизий и недостатков воспитания в семье, школе, вузе порождают негативное отношение к труду, создают предпосылки для социального паразитизма. Лица, ведущие антиобщественный образ жизни, уклоняющиеся от общественно полезного труда, живущие на нетрудовые доходы, оказывают отрицательное действие на окружающих. Любые воспитательные меры в таких случаях менее убедительны, чем примеры «легкой жизни», особенно для подростков и молодежи. Разрыв между словом и делом, нарушения законности, ослабление социального контроля, имеющие место в современном российском обществе, способствуют распространению разных форм антиобщественного поведения. Питательной средой, своего рода причиной социального паразитизма, являются пьянство, так как среди лиц, занимающихся бродяжничеством и попрошайничеством, алкоголики составляют основной [8].

Таким образом, правоохранительные СМИ и пресс-службы силовых структур должны вести активную деятельность по связям с общественностью. Одним из видов такой деятельности может

выступать социальная реклама, а также различные конкурсы и премии.

При рассмотрении социальной рекламы, исходящей от правоохранительных организаций, было выявлено, что преимущественно она бывает двух видов: призывающая к общественно-адекватному образу жизни (отказ от алкоголя, наркотиков, правонарушений) и призывающая к содействию МВД.

Следовательно, социальная реклама пресс-службами МВД все же используется, но результаты все равно оставляют желать лучшего. Качество такой рекламы всегда было на высшем уровне, поскольку правоохранительные структуры составляют основу внутренней безопасности государства и, следовательно, сомнения в профессионализме сотрудников очень малы. Предположим, что происходит это именно из-за слабого охвата аудитории, что подтверждают наши дальнейшие изыскания.

Для изучения охвата аудитории был также проведен социальный опрос, участниками которого были граждане тех же возрастных групп, что и в первом нашем опросе. Согласно результатам опроса, в первой возрастной группе (студенты) такую рекламу видели лишь 3 % опрошенных, во второй же (люди среднего возраста) – 10 % опрошенных как минимум раз в жизни видели подобную рекламу.

По словам одной опрошенной из первой категории, она периодически видит социальную рекламу силовых структур, так как работает на телевидении, как зритель же – не видела ни разу. Подобные ответы были и у других: «...видел всего раз, и то 6 лет назад», «...вроде когда-то да». Некоторые опрошенные вообще удивлялись тому, что есть социальная реклама такого типа. Из всего этого напрашивается только один вывод: охват аудитории пресс-службами МВД не достигает нужного уровня.

Безусловно, работа пресс-служб не является единственным фактором, способным повысить степень доверия граждан к силовым структурам. Для реализации управленческой функции и поднятия репутации сотрудников МВД, правоохранительным органам государственной власти необходимо находиться в постоянном диалоге с институтами формирующегося гражданского общества. Этот диалог становится ключевым понятием в выстраивании отношений между правоохранительными органами и гражданским обществом. Необходимость взаимодействия определяет формы, механизмы и технологии связей с общественностью, необходимые и востребованные как общественными институтами, так и Министерством внутренних дел.

Таким образом, в настоящее время перед пресс-службами правоохранительных органов стоят следующие задачи: поднять имидж полицейского, ликвидировать негативный стереотип сотрудничества как доноса, а также побудить граждан не оставаться социально равнодушными друг к другу. Для решения этих проблем следует увеличить количество социальной рекламы данной тематики, а также во много раз расширить охват аудитории, т. к. целевой аудиторией являются все законопослушные граждане Российской Федерации. Способствовать этому может активное взаимодействие правоохранительных органов с институтами гражданского общества, а также некоторыми СМИ, поскольку эффективное управление связями с общественностью способствует формированию позитивного имиджа полицейского в обществе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ширшова Т. Л. Проблемы освещения деятельности правоохранительных органов в региональной журналистике : на примере СМИ Краснодарского края. Научная библиотека диссертаций и авторефератов / Т. Л. Ширшова // код доступа: <http://www.dissercat.com/content/problemy-osveshcheniya-deyatelnosti-pravookhranitelnykh-organov-v-regionalnoi-zhurnalistike-#ixzz3MjJaWe7k>
2. Отчет о НИР «Исследование общественного мнения об уровне безопасности личности и деятельности органов внутренних дел Российской Федерации» Шифр «Общественное мнение-2012».
3. «Россияне не доверяют правоохранительным органам» Сайт аналитического центра Юрия Левады «Левада-Центр» // Код доступа: <http://www.levada.ru/press/2010021605.html>
4. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль // Код доступа: <http://www.agape-biblia.org/books/Book05/P044.HTM>
5. Большой террор. Словари и энциклопедии на Академике // Код доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/71154/%D0%91%D0%9E%D0%9B%D0%AC%D0%A8%D0%9E%D0%99>
6. Сталинские репрессии. Словари и энциклопедии на Академике // Код доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/89124/%D0%A1%D0%A2%D0%90%D0%9B%D0%98%D0%9D%D0%A1%D0%9A%D0%98%D0%95>
7. Тема дня. «Доносы и доносчики в России» // Код доступа: <http://www.temadnya.ru/inside/193.html>
8. «Социальные и психологические причины социального паразитизма» // Код доступа: <http://www.rae.ru/monographs/132-4378>

Ульяновский государственный университет
Айсин Т. К., аспирант
E-mail: rockjourn@rambler.ru

Ulyanovsk State University
Aisin T. K., Post-graduate Student
E-mail: rockjourn@rambler.ru