

торая должна создавать эмоциональный преднастрой восприятия и эмоциональное состояние при завершении восприятия, которые влияют на общее впечатление о событии, отношение к нему и фиксирующееся в памяти (люди запоминают эмоции, вызванные сообщением о событии);

для подготовки людей к восприятию информации об инциденте возможно формирование у них позиции «оценщика», которая может выражать акцент на различное значение происшедшего события: это событие выражает очередное отрицательное проявление сотрудников органов внутренних дел (и это плохо) либо оно выражает выявление и пресечение отрицательного явления среди сотрудников (и это хорошо). Для формирования желаемой позиции оценщика необходима предварительная информация, настраивающая акцент внимания на его определенное значение, снижающая негативизм, повышающая толерантность. Например, это может быть предварительная информация о том, что в ОВД принимаются принципиальные меры в отношении тех, кто сел за руль в нетрезвом состоянии, о том, что такие случаи редкие и их становится меньше, но они, к сожалению, случаются в силу недопустимой самонадеянности человека и несут беду. Предварительная информация может выражать факты проявления большинством сотрудников добросовестности и их стремления обеспечить правопорядок для спокойной и защищенной жизни граждан;

доведение информации о правовой стороне действий сотрудников органов внутренних дел, направленной на объяснение их правомерности, должно осуществляться, как правило, компетентными лицами, не представляющими ОВД, прокурорами, адвокатами;

оценочная позиция граждан может формироваться демонстрацией оценочных высказываний различных категорий людей о событии в нужном ключе.

УДК 351.74

*А.А. Урбанович*, кандидат исторических наук, доцент

#### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ВНЕДРЕНИЯ**

В современных условиях деятельности силового блока Республики Беларусь одним из важных направлений совершенствования работы является изучение мирового опыта правоохранительной деятельности, его анализ, оценка и обоснованное использование. Опыт функционирования зарубежной правоохранительной системы убедительно свидетельству-

ет о том, что популяризация деятельности сотрудников силового блока является актуальной проблемой, а для ее решения предпринимаются серьезные политические, идеологические, экономические, психолого-педагогические и иные меры. В целом повышение имиджа полиции рассматривается в качестве важного фактора решения стоящих задач и улучшения качественного состава правоохранителей. Деятельность по повышению имиджа правоохранительных органов осуществляется по следующим направлениям:

1. В 70–80 гг. XX в. за рубежом сместились акценты в оценке социального предназначения полиции: стала доминировать идея *служения полиции обществу в тесном сотрудничестве с гражданами*. В настоящее время практически все полиции цивилизованных стран встают на позиции педагогики сотрудничества с самыми широкими слоями населения, включая пожилых граждан и детей. В частности, в США широкое признание получило движение «Триада», опирающееся на три «кита»: общество – пожилые люди – правоохранительные органы [2].

В соответствии с этим подходом считается, что в современном цивилизованном обществе полиция – не столько карательная силовая структура, сколько повседневная круглосуточная сервисная служба с широким спектром социальных услуг. Предоставление полицией таких услуг населению предполагает скорую медицинскую и психологическую помощь, поиск потерявшихся людей, помощь автомобилистам, попавшим в трудную дорожную ситуацию, и даже спасение животных. Эта категория дел занимает от 30 до 40 % всех вызовов полиции в США. Акцент при этом делается не на получение финансовой выгоды, а на решение тех вопросов, которые ставит население перед полицией и которые входят в ее компетенцию. Таким образом, актуализируется один из принципов деятельности полиции, выдвинутый в 1829 г. Р. Пилом, основателем лондонского Скотланд-Ярда: «Всегда поддерживать отношения с населением, претворяя в жизнь исторические традиции, согласно которым полиция – это общество, а общество – полиция».

При разработке эксклюзивных имиджмейкерских технологий, предназначенных для повышения престижа полиции в том или ином регионе, всесторонне учитывается общественное мнение и максимально используется *поддержка проживающего там населения*. В США, Великобритании одними из важнейших критериев общей оценки эффективности деятельности полиции являются характер взаимоотношений с населением (в особенности, с некоторыми социальными группами и национальными меньшинствами), количество жалоб на полицию и имидж полиции в глазах общественности [4]. В Германии защитники правопорядка пользуются всеобщим уважением. В Германии по степени доверия по-

лицейские занимают третье место после профессии врача и пожарных. В стране профессия полицейского давно не является чисто мужской. Более четверти сотрудников полиции Германии женского пола [3].

Усиление сотрудничества с обществом и гражданами требует от полицейских глубоких этических знаний и овладения прочными навыками этического поведения. В настоящее время обучение этике офицеров полиции в Австрии, Бельгии, Греции, Венгрии, Норвегии, Испании, Португалии, Швеции, Финляндии, Великобритании представляет собой непрерывный процесс и начинается с начального этапа профессиональной подготовки. После многолетнего широкого обсуждения в Европе был принят нормативно-ориентирующий документ – Европейский кодекс полицейской этики.

2. Доминирующей позицией государства по отношению к представителям полиции является следующая: **деятельность, поведение (даже внешний вид) полицейского есть олицетворение государства.** При этом интересны такие факты:

одним из основополагающих факторов, влияющих на авторитет полиции и эффективность ее деятельности, является личное отношение главы государства и правительства к полиции и борьбе с преступностью, причем это отношение трактуется всеми как последовательное и однозначное;

во многих государствах существуют определенные требования к росту будущих полицейских: он должен быть выше среднестатистического роста населения данной страны, но не на много. В Италии – 165 см, во Франции – 168 см, в Финляндии – 175 см, в Дании – 177 см, в Норвегии – 178 см, в США – от 172,7 до 190 см, в Великобритании – от 175 до 190 см. В полицию Германии принимают кандидатов, рост которых не ниже 163 см (для женщин), 168 см (для мужчин) и не выше 195 см [5];

в США сотруднику ФБР на суде верят, как непререкаемому авторитету представителю государственной власти, чье слово не подвергается сомнению. Так, например, в Англии, лицо, вступившее в спор с полицейским, указавшим на нарушение порядка, может быть обвинено в оскорблении и неповиновении полиции и подвергнуто тюремному заключению на срок до двух месяцев. В Италии публичное оскорбление полицейских служащих наказывается лишением свободы на срок до трех лет. В ФРГ за распространение клеветы в отношении полиции, за нападение на ее представителей предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок до пяти лет или штрафа. В большинстве штатов США нападение на полицейских или оказание им сопротивления влечет за собой штраф в размере от 5 тыс. до 10 тыс. долл. и (или) тюремное заключение сроком от трех до десяти лет [5].

3. Авторитет профессии обеспечивается не только моральными, но и материальными стимулами, важнейшим из которых является **система оплаты труда полицейских.** Для многих западных стран стандартный подход – установление полицейским заработной платы, превышающей на 40–50 % зарплату промышленных рабочих в данном регионе. Кроме регулярной выплаты денежного содержания полицейские получают разного рода компенсации и надбавки: на оплату квартирных расходов, за ношение гражданской одежды, за использование личного автотранспорта в служебных целях, кредиты на строительство жилья, полную или частичную оплату страховок и т. д. Например, в США проезд в общественном транспорте у всех полицейских бесплатный [5].

Государством постоянно изыскиваются средства и ресурсы для повышения качества полицейской службы и профессиональной подготовки, а полицейские, в свою очередь, дорожат своей репутацией и службой, дающей им различные социальные блага, стремятся выполнять свой служебный долг безупречно.

В целом содержание сотрудников полиции часто на 20–25 % выше, чем у других административных служащих. Полицейские большинства стран пользуются некоторыми иными преимуществами: бесплатное или частично оплачиваемое государством жилье, ведомственное медицинское обслуживание, компенсация пребывания в отпусках, использование личного транспорта в служебных целях и др. [5].

Большое внимание уделяется формированию так называемого «анти-коррупционного сознания». Например, во Франции безупречная служба (в частности, отсутствие дисциплинарных наказаний за коррупционное поведение) дает право на повышенное пенсионное обеспечение. В свою очередь, в качестве меры дисциплинарного воздействия к правонарушителю применяется исключение (полное или частичное) стажа службы в полиции при расчете пенсионного пособия [5].

4. Возрастает значение качественного **отбора и подготовки персонала**, уточнение модели сотрудника той или иной службы полиции. Эта работа начинается с формирования контингента учащихся (целенаправленная профориентация молодежи, проведение широких рекламных кампаний, дней открытых дверей, создание специализированных молодежных отрядов содействия полиции и др.). Как результат – в некоторых полицейских органах Германии до 75 % составляют сотрудники, с детства мечтавшие стать полицейскими, так как еще в детских садах, школах, гимназиях получили соответствующее воспитательное воздействие, определившее их дальнейший выбор профессии.

В большинстве стран достаточно высокий конкурс на занятие базовых должностей полицейского состава: на одну вакансию полицейского

претендуют в Германии – 6 человек, во Франции – 10–15, в Швеции – 13, в Финляндии – 16. В ряде стран кандидатура претендента одобряется Министром внутренних дел по общему списку или персонально (Бельгия, Италия, Португалия, Франция) [5].

5. Создание должного имиджа и повышение престижа требует внимания ко всем сторонам формирования положительного восприятия стражей порядка населением. Современные зарубежные теоретики отмечают огромное значение **внешнего вида полицейского**, несущего службу на глазах у граждан. К созданию полицейской униформы привлекаются лучшие западные дизайнеры и модельеры. Респектабельный внешний вид полицейского говорит о хорошем материально-техническом состоянии дел в полиции, о самодисциплине полицейского, о его отношении к своему долгу и окружающим. Это вызывает у населения доверие и желание взаимодействовать с органами правопорядка. Многие профессиональные полицейские учебные заведения имеют свою отличительную униформу, ношение которой также играет воспитательную роль.

6. За рубежом активное участие в формировании положительного имиджа полиции принимают представители **культуры и искусства**. В создание положительного образа полицейского вкладываются огромные средства. По государственным заказам снимаются крупнобюджетные боевики, триллеры, телесериалы с участием мировых кинозвезд. Образы бесстрашных, честных, умных, обаятельных полицейских на экране воплощают мировые звезды: Ален Делон, Ж. Депардьё, А. Шварценеггер, М. Дуглас, С. Сталоне, Аль Пачино, М. Плачидо и др. Средства массовой информации представляют лучшее эфирное время для демонстрации фильмов, передач и программ о полиции, тем самым усиливая достаточно впечатляющую картину о стражах порядка и воспитывая граждан в духе уважения закона. На специальных курсах, где занятия проводят руководители телекомпаний и известные телеведущие, сотрудников полиции обучают «в выгодном свете» выступать по телевидению и радио, вызывая у граждан симпатию и желание взаимодействовать. Все эти затраты не проходят даром. Как результат – с образом стража порядка оказываются прочно связаны такие положительные, заслуживающие уважения качества, как интеллектуальность, инициативность, бесстрашие, справедливость, решительность, а также физические достоинства – выносливость, тренированность, мужество, стойкость [2].

Серьезное влияние на развитие правоохранительной системы оказывает **религия**, являющаяся высшим авторитетом для большинства граждан западного общества, исламского мира, стран латиноамериканского региона и т. д. Так, во время ряда опросов зарубежных полицейских на

вопрос «Чего вы боитесь?» (в службе или в жизни вообще?) многие из них дали неожиданный ответ: «Бога», выражая тем самым свои мировоззренческие убеждения, созвучные вечным заповедям Библии, Корана, Талмуда [2].

7. Одной из ведущих тенденций развития общественного сознания становится **ориентация на национальные традиции**. Об этом свидетельствует следующее:

практика сохранения исторических названий правоохранительных органов ряда стран, что повышает их престиж: Скотленд Ярд (Великобритания), Институт Шерифа (США), Королевская Канадская Конная Полиция (Канада), МУР (Россия) и др.;

верность сложившимся в прошлом элементам формы одежды. Например, шлемы полицейских в Великобритании сохранили в целом черты давно минувших дней;

актуализация исторически сложившихся названий ряда должностей правоохранительной системы. Так, слово «констебль» происходит от латинского comes stabuli, что означает «всадник», «шериф» – от словосочетания shire reeve – хранитель (reeve) графства (shires or counties).

Такой подход вызывает в массовом сознании необходимую ассоциацию, представление о высоком благородстве представителей закона и поддерживает их имидж. Соответственно, и у граждан, и у самих стражей порядка формируется и поддерживается чувство уважения к полицейской профессии и правосудию. Кроме этого, эти примеры свидетельствуют о преемственности традиций прошлого.

8. На имидж органов правопорядка существенное влияние оказывает характер **профилактической работы полиции**. Акцент сделан не столько на строгость или массовость наказаний, сколько на их неизбежность и на сугубо моральный аспект: человек, совершая преступление, «теряет лицо». Например, в Японии для воспитания в гражданах правосознания осуществляется тотальная пропаганда законопослушания, основанная на следующих трех тезисах:

нарушать закон нельзя, потому что он защищает тебя и твою семью, а иначе не сможет тебе помочь, когда это понадобится;

нарушать закон нельзя, потому что это позорит не только тебя лично, но и твою семью, иную общность или группу, к которой ты принадлежишь (деревня, команда, класс и т. д.);

если ты нарушишь закон, то не уйдешь от ответственности, как ни старайся [1].

Отдавая должное положительным аспектам зарубежного опыта, считаем, что не следует механически его переносить в отечественные условия в силу различий социокультурных сред. Для минимизации риска

негативных последствий необоснованного переноса зарубежного опыта необходимо придерживаться следующих общих подходов:

изучение зарубежного опыта в более широком политическом, идеологическом, культурно-историческом контексте;

проведение аксиологического анализа осваиваемого опыта: насколько он актуален и востребован в конкретной ситуации, соответствует ли общей концепции развития системы органов внутренних дел;

прогнозирование возможной эффективности внедрения зарубежного опыта;

всесторонний учет особенностей славянского и, в частности, белорусского менталитета.

#### Список использованных источников

1. Ипатьев, Н. Преступник «теряет лицо» / Н. Ипатьев // Милиция. – 1998. – № 1.
2. Кикоть, В.Я., Столяренко, А.М. Юридическая педагогика : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 021100 «Юриспруденция». – М. : Юнити-Дана, 2004. – 895 с.
3. Погорелая, М. Работа немецким полицейским и зарплата полицейского в Германии [Электронный ресурс] / М. Погорелая. – Режим доступа: <https://okrabota.de/blog/rabota-politsejskim-v-germanii/>. – Дата доступа: 20.11.2018.
4. Подгайный, А.М., Шиенкова, А.С. Зарубежный опыт оценки эффективности деятельности полицейских структур // Вестн. Краснодар. ун-та МВД Росии. – 2014. – № 4 (25). – С. 126–129.
5. Яковлев, К.Л. Государственно-правовые основы организации правоохранительных органов зарубежных стран : монография / К.Л. Яковлев, Е.И. Яковлева, О.Н. Яковлева. – М. : ИНФРА-М, 2011.

УДК 378.635 + 008 + 316.75

*С.В. Масленченко*

#### ПРЕДПОСЫЛКИ ПОЯВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ, НЕГАТИВНО ВЛИЯЮЩЕЙ НА ИМИДЖ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ, И МЕРЫ ПО ИХ НЕЙТРАЛИЗАЦИИ

В ходе проведенного осенью 2018 г. исследования на основании методов факторного анализа, экспертного опроса, контент-анализа документов выявлены основные объективные и субъективные предпосылки появления информации, негативно влияющей на имидж государственных органов, разработаны основные меры по нейтрализации негативных информационных поводов.

Объективные предпосылки появления информации, негативно влияющей на имидж государственных органов:

1. Административная волокита, формализм, бюрократизм (неприятие своевременных мер по устранению последствий нарушения прав и свобод граждан, искоренение несправедливости, затягивание решения данных проблем).

2. Излишняя и возрастающая правовая регламентация все большего числа общественных отношений, ведущая к росту социального недовольства и напряжения.

3. Командный стиль взаимодействия с гражданами. Причина – взаимодействие подчиненными от руководителей командной модели взаимодействия с общественностью; отношение к гражданам, как к военнослужащим. Как следствие – отсутствие ценностных установок на конструктивное и уважительное взаимодействие с гражданами; нарастание негативных оценок в СМИ (включая электронные ресурсы) и среди граждан (включая блогеров и пользователей социальных сетей); снижение авторитета среди общественности.

4. Малое количество позитивных оценок профессиональной деятельности от самого ведомства, вышестоящих руководителей, местной администрации, граждан, а также от персонала самих территориальных подразделений.

5. Недооценка руководителями влияния мнения самих сотрудников, членов их семей, родственников и их знакомых на формирование положительного имиджа ведомства силового блока среди населения.

6. Недостаточность позитивных оценок деятельности ведомств в средствах массовой информации (без учета применения технологий манипулирования и создания «новостей»).

7. Отсутствие общегосударственной и ведомственной системной работы по созданию и поддержанию положительного имиджа органов государственной власти, которая включала бы меры по формированию и поддержанию внутреннего имиджа (формирование положительного микроклимата, корпоративной культуры, дебиюрократизация деятельности, минимизация несвязанных с предназначением обязанностей и поручений) и меры по формированию и поддержанию положительного внешнего имиджа (включая формирование авторитета среди сотрудников Министерств и территориальных представительств, комплиментарность граждан и государственных органов).

8. Сохранение обусловленных спецификой профессиональной деятельности (информационной закрытости ряда ведомств, что не позволяет многим государственным органам отвечать на вопросы любой аудитории в достаточном объеме), а также информационной инициативы.

9. Низкая степень скоординированности ведомств системы обеспе-