УДК 17.022.1:351.74

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

METHODOLOGICAL ASPECTS AND DISTINCTIVE FEATURES OF SHAPING THE IMAGE OF INTERNAL AFFAIRS AGENCIES

А. Н. Толочко
Могилевский институт МВД Республики Беларусь,
начальник кафедры социально-гуманитарных дисциплин,
кандидат юридических наук, доцент

Аннотация. *Проанализированы примеры формирования имиджа органов внутренних дел на основе междисциплинарного подхода. Рассмотрены особенности формирования имиджа органов внутренних дел, обусловленные характером деятельности подразделений органов внутренних дел, а также характером их взаимодействия с обществом.*

Ключевые слова: *имидж, имиджелогия, органы внутренних дел, социальные группы, междисциплинарный подход.*

Annotation. *Examples of image-building for internal affairs agencies based on an interdisciplinary approach are analyzed. The study examines the specific features of shaping the image of these agencies, determined by the nature of their units' activities and the character of their interaction with the public.*

Keywords: *image, imageology, internal affairs agencies, social groups, interdisciplinary approach.*

Разноплановые исследования имиджа привели к созданию самостоятельной научной дисциплины — имиджелогии, в которой изучаются способы формирования имиджа, закономерности функционирования имиджа и управления им, а также связи и отношения субъекта имиджа и социальных групп [1].

Имиджелогия представляет собой единое «междисциплинарное научное направление, сочетающее результаты исследований ряда наук» [2, с. 3].

Междисциплинарность имиджелогии предполагает возможности проведения исследований имиджа на основе методологического МД-подхода.

С учетом результатов ранее выполненных исследований [3], развитие имиджелогии органов внутренних дел (далее — ОВД) на основе МД-подхода предполагает сравнение имиджелогии ОВД с другими видами имиджелогий, в которых выявляются фрагменты знаний, перспективных для использования в имиджелогии ОВД, в первую очередь для формирования имиджа ОВД, повышения его общественной значимости.

При этом важно знать и учитывать отличительные особенности формирования имиджа ОВД, обусловленные, во-первых, характером деятельности ОВД

и, во-вторых, характером взаимодействия ОВД с обществом. Некоторые из этих особенностей рассмотрены ниже.

Деятельность сотрудников ОВД часто связана с риском, психоэмоциональными и физическими перегрузками, что требует от сотрудников повышенной ответственности за принимаемые решения. Такая напряженная работа оказывает значительное влияние на личностные характеристики сотрудников, может приводить к развитию у них профессиональной деформации и, как следствие, к снижению имиджа [4, с. 183]. Поскольку сотрудникам ОВД приходится работать в основном в конфликтных условиях, то они должны уметь управлять конфликтами, в противном случае их имидж также будет снижаться [5, с. 155].

В отношении сотрудников ОВД крайне остро стоит вопрос о недопустимости имиджевых потерь, поскольку любое недостойное поведение отдельных сотрудников, (даже, казалось бы, небольшое отклонение от установленных для них норм поведения) может вызвать крайне негативную реакцию населения и в итоге привести к значительному снижению имиджа не только отдельного сотрудника и даже не только отдельного подразделении ОВД, а всей государственной правоохранительной системы [6, с. 556; 7, с. 174; 8, с. 134].

Общество обычно наделяет сотрудников ОВД высокими моральными качествами. В свою очередь, сотрудники ОВД обязаны проявлять эти качества ради поддержания своего имиджа. Подобные качества также могут иметь представители других профессий, однако для сотрудников ОВД они крайне необходимы в профессиональном отношении [9, с. 163].

При формировании имиджа сотрудников ОВД следует повышать их нравственную культуру, поскольку она оказывает «заметное дисциплинирующее, воспитательное воздействие на граждан» [10, с. 1996]. Соблюдение норм профессиональной этики для сотрудников ОВД при общении с гражданами является строго обязательным, эти нормы установлены специальными нормативными правовыми документами.

Важным условием для обеспечения положительного имиджа работника любой профессии является высокая культура речи, которая для сотрудников ОВД имеет особое значение, т. к. способствует воспитательному воздействию на граждан при общении с ними, а также формированию положительного отношения граждан к сотрудникам ОВД при выяснении обстоятельств происшествий и проявлению готовности оказать помощь [11, с. 198].

Сотрудники ОВД «не имеют определенной целевой аудитории, которая бы оценивала их имидж. Их круг общения не имеет четких границ, поскольку в рамках профессиональной деятельности взаимодействие осуществляется с представителями всех слоев общества» [4, с. 184]. Все это создает определенные трудности при формировании имиджа ОВД: нет единого «глобального»

имиджа ОВД, но есть много разных, отличающихся друг от друга имиджей, каждый из которых имеет свои характерные черты в зависимости от вида имиджируемого подразделения ОВД и присущих ему видов социальных групп [12, с. 18]. Так, подразделения автоинспекции в основном взаимодействуют с водителями транспортных средств и транспортными организациями; подразделения по борьбе с экономическими преступлениями — с индивидуальными предпринимателями и коммерческими организациями; подразделения оперативно-дежурной службы — с гражданами-заявителями, большинство которых являются потерпевшими, и т. д. [13, с. 133]. Как правило, взаимодействия разных видов подразделений ОВД с разными видами социальных групп отличаются друг от друга, как следствие, отличаются друг от друга и соответствующие имиджи.

Как правило, у граждан, взаимодействующих с каким-либо социальным субъектом, в том случае, когда оценка его имиджа оказывается низкой, имеется возможность заменить этот субъект на другой, более подходящий [14, с. 9]. Например, потребители продукции определенного вида могут выбрать предприятие, производящее ее более качественно, и тем самым избавиться от чувства неудовлетворенности, первоначально возникнувшего после приобретения плохой продукции. Однако при взаимодействии с ОВД у граждан нет возможностей подобного выбора, поскольку в любом государстве все подразделения ОВД имеют единую ведомственную принадлежность и работают по единым правилам. Это означает, что для предотвращения случаев недовольства граждан деятельностью сотрудников ОВД и во избежание возникновения общественных конфликтов надо уделять повышенное внимание вопросам обеспечения высокого уровня имиджа ОВД.

Итак, применение МД-подхода для развития имиджелогии ОВД нацелено прежде всего на совершенствование методов формирования имиджа ОВД. Для этого с учетом результатов ранее выполненных исследований [3], надо найти определенные фрагменты научных знаний, содержащихся в разных видах имиджелогий, и перенести их в имиджелогию ОВД, подвергнув при необходимости доработке. Ниже в качестве примера кратко рассмотрены некоторые возможные варианты использования МД-связей для решения задач формирования имиджа ОВД.

Пример 1. Во многих публикациях по формированию имиджа ОВД делается акцент на необходимости принятия специальных мер по влиянию на имидж, причем эти меры рассматриваются как единственно возможный путь формирования имиджа. Действительно, «имидж чаще всего есть результат специально организованной деятельности, направленной на создание особого способа управления ценностными ориентациями и установками» определенных

социальных групп (целевых аудиторий имиджа) [14, с. 12]. Но вместе с тем следует учитывать, что имидж может формироваться не только в результате специальных действий на целевые группы, осуществляемых субъектами имиджа, но также стихийно, т. е. естественным путем. Так, имидж предприятия, оказывающего населению какие-либо услуги, может стихийно создаваться на основе личного опыта взаимодействия населения с этим предприятием, его персоналом и руководством в ходе получения услуг [14, с. 15]. Отсюда по аналогии следует, что имидж ОВД может быть сформирован не только в результате специально предпринимаемых мер, но и стихийно на основе личного опыта взаимодействия населения с конкретным подразделением ОВД, его сотрудниками и руководителем, а это, в свою очередь, означает, что одним из непременных условий поддержания положительного имиджа ОВД является добросовестное и высокопрофессиональное выполнение своих служебных обязанностей сотрудниками ОВД.

Пример 2. В ряде публикаций по имиджелогии говорится, что имидж организации состоит из отдельных имиджей его работников. Так, «имидж образовательного учреждения… это, прежде всего, индивидуальный имидж руководителя образовательного учреждения и имидж педагогов, работающих в нем» [15, с. 65]. Аналогично, «имидж органов внутренних дел — совокупность личных имиджей всего личного состава» [16, с. 161]. Эти утверждения не следует понимать в буквальном смысле, полагая, что имидж организации можно получить путем простого сложения имиджей работников, тем более с учетом того, что имидж организации и имидж работника имеют разную структуру (разные имиджевые характеристики). Их надо воспринимать всего лишь как указания на то, что имидж любой организации должен рассматриваться в неразрывной связи с имиджами всех ее работников, как рядовых, так и руководящих. Это требование в полной мере относится и к имиджу подразделений ОВД, формирование которого надо проводить параллельно с формированием имиджей сотрудников соответствующих подразделений.

Жизнь общества, его интересы и предпочтения со временем могут изменяться, что может повлечь за собой изменения в его отношении к деятельности ОВД, в том числе снизить степень положительной оценки или, более того, вызвать отрицательную оценку этой деятельности [17]. Поэтому требуется постоянно отслеживать эти изменения и при необходимости своевременно принимать меры по улучшению имиджа ОВД. Следует заметить, что различные отклонения в состоянии общества могут оказывать различное, в том числе негативное влияние на имидж и других социальных субъектов, однако в случае ОВД последствия этого влияния могут быть более значительными.

Таким образом, на отдельных примерах рассмотрены возможности применения междисциплинарного подхода к формированию имиджа ОВД. Обсуждены особенности формирования имиджа ОВД, обусловленные характером деятельности подразделений ОВД, а также характером их взаимодействия с обществом. Дальнейшее развитие имиджелогии ОВД с использованием предложенной методологии должно быть связано с решением таких вопросов, как повышение значимости имиджа ОВД, изучение его структуры и совершенствование методов оценки имиджа ОВД, определение особенностей взаимодействия как подразделений, так и отдельных сотрудников ОВД с различными социальными группами, уточнение понятийно-терминологического аппарата имиджелогии ОВД и др.

1. Байтурбаева А. Т. Категория «политический имидж лидера» в политологии // Кирлибнет : [сайт]. URL: https://arch.kyrlibnet.kg/uploads/KNUBAJTURBAEVAA.T.2015-2.pdf (дата обращения: 10.01.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье

2. Ресурсы массовой коммуникации в формировании страновых имиджей / И. В. Сидорская [и др.] ; под ред. И. В. Сидорской. Минск : БГУ, 2016. 191 с. Вернуться к статье

3. Толочко А. Н. Принципы развития теории и практики оперативно-розыскной деятельности на основе использования междисциплинарных и межпрактических связей : моногр. / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь. Минск : Акад. МВД, 2022. 291 с. Вернуться к статье

4. Гамола М. А. Особенности формирования имиджа сотрудника органов внутренних дел (на примере Московского РУВД г. Минска) // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 182–185. Вернуться к статье

5. Пекарский Ф. В. Имиджевый аспект психологически обоснованного поведения сотрудников органов внутренних дел в конфликтных ситуациях // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 154–160. Вернуться к статье

6. Ильянова О. И. Проблемные вопросы распространения негативной информации о деятельности сотрудников органов внутренних дел в сети Интернет // Человек: преступление и наказание. 2019. Т. 27 (1–4), № 4. С. 554–560. Вернуться к статье

7. Ластовский А. А. Практические аспекты формирования имиджа сотрудника органов внутренних дел и механизм реагирования на негативные информационные поводы // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 174–177. Вернуться к статье

8. Пастушеня А. Н. Повышение эффективности реагирования на инциденты, влияющие на имидж органов внутренних дел // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 133–142. Вернуться к статье

9. Голубев В. Л. Служебная культура как фактор формирования имиджа органов внутренних дел // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 160–166. Вернуться к статье

10. Власов А. В. Этические аспекты деятельности служб и подразделений органов внутренних дел // Концепт. 2014. Т. 20. С. 1996–2000. Вернуться к статье

11. Оскирко Н. Н. Культура речи как визитная карточка сотрудника правоохранительных органов // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 196–197. Вернуться к статье

12. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. М. : ИМИДЖ-Контакт : Инфра-М, 2010. 178 с. Вернуться к статье

13. Клеймёнов Е. А. Взаимодействие полиции с гражданами и организациями в оценках сотрудников полиции // Власть и управление на Востоке России. 2021. № 4. С. 128–142. Вернуться к статье

14. Бердинских М. В. Формирование имиджа организации: социологический анализ : автореф. дис. … канд. социол. наук : 22.00.04 / Урал. федер. ун-т им. первого президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург, 2013. 25 с. Вернуться к статье

15. Малахеева Т. В. К вопросу об имидже преподавателя и имидже образовательной организации // Социально-педагогическая деятельность в социуме: теория, практика, перспективы : сб. науч. тр. VI Междунар. соц.-пед. чтений им. Б. И. Лившица, Екатеринбург, 14 нояб. 2014 г. : в 2 ч. / Урал. гос. пед. ун-т, Ин-т соц. образования. Екатеринбург, 2014. Ч. 1. С. 62–67. Вернуться к статье

16. Голубев В. Л. Служебная культура как фактор формирования имиджа органов внутренних дел // Актуальные психолого-педагогические вопросы совершенствования правоохранительной деятельности и формирования имиджа органов правопорядка : сб. материалов / Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь ; редкол.: В. Г. Стуканов (пред.) [и др.]. Минск, 2020. С. 160–166. Вернуться к статье

17. Браженская Н. Е., Чернобродов Е. Р. Социально-психологические особенности имиджа современного полицейского в России // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8, № 4. URL: https://mir-nauki.com/PDF/21PSMN420.pdf (дата обращения: 10.01.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье