УДК: 316.354:351/354 DOI: 10.22394/2071-2367-2020-15-4-103-115

ИМИДЖ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ В ОЦЕНКАХ ИХ СОТРУДНИКОВ: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

***Кирюхина Ю.В.*[1]**

Аннотация. Цель статьи – раскрыть специфику отношения сотрудников органов внутренних дел к имиджу организации, в которой они проходят службу, для выявления ключевых приоритетов, способствующих повышению эффективности её деятельности.

Особое место в работе отводится анализу результатов прикладного социологического эмпирического исследования «Имидж органов внутренних дел», проведенного среди его сотрудников, методом формализованного структурированного интервью.

Автор анализирует оценку работников деятельности организации в целом и имиджа в частности, выясняет причины, приводящие к его негативному восприятию. Рассматривается влияния СМИ на формирование имиджа органов внутренних, выявляя позитивные и негативные стороны этого влияния.

Достоинством работы является выявление основных направлений деятельности нуждающихся в первостепенном реформировании, способствующих формированию положительного имиджа органов внутренних дел у населения, личностных качеств необходимых сотрудникам ОВД. Резюмировано что, положительный имидж органов внутренних дел будет способствовать повышению доверия населения к их сотрудникам и повышать эффективность его деятельности.

Ключевые слова: социологические исследования, имидж, органы внутренних дел, средства массовой информации, доверие.

Кирюхина Юлия Валерьевна — аспирант кафедры социологии и информационных технологий Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; адрес: 302028, Россия, г. Орел, б. Победы д. 5а, e-mail: kir-julia2006@yandex.ru

IMAGE OF THE BODIES OF INTERNAL AFFAIRS IN THE EVALUATION OF THEIR EMPLOYEES: EXPERIENCE OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS

KIRYUKHINA Y.V. – Postgraduate student of the Department of Sociology and Information Technologies, Central Russian Institute of Management – Branch of RANEPA (Russian Federation, Orel), e-mail: kir-julia2006@yandex.ru

Abstract. The purpose of the article is to reveal the specifics of the attitude of employees of the bodies of internal affairs to the image of the organization in which they serve, in order to identify key priorities that contribute to improving the efficiency of its activities.

A special place in the work is given to the analysis of the results of the applied sociological empirical research "Image of the Bodies of Internal Affairs" conducted among its employees using the method of formalized structured interviews.

The author analyzes the assessment of employees of the organization in general and the image in particular, finds out the reasons leading to its negative perception. The influence of the media on the formation of the image of internal bodies is considered, identifying the positive and negative aspects of this influence.

The merit of the work is the identification of the main activities of those in need of primary reform, contributing to the formation of a positive image of the internal affairs bodies among the population, the personal qualities necessary for police officers. It was summarized that the positive image of the bodies of internal affairs will help to increase public confidence in their employees and increase the efficiency of their activities.

Keywords: sociological research, image, bodies of internal affairs, mass media, trust.

Введение.

Имидж – важнейшая составляющая эффективности деятельности органов внутренних дел. Лишь при повышении правосознания, правовой культуры и нравственности, уровня образованности гражданского общества можно достичь общего снижения напряжения в социуме, восстановления стабильности и безопасности. Это обстоятельство незамедлительно повлечёт за собой улучшение имиджа сотрудников ОВД и, как следствие этого, оптимизацию деятельности органов внутренних дел в целом.

В отечественной науке исследованием имиджа занимались такие ученые, как А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель [1], которые особое внимание уделяли практикам формирования имиджа: стратегии психотехнологиях, психотехниках имиджмейкинга, роли сознания и подсознания в формировании определенного мнения о человеке или организации.

С точки зрения психологии исследованием имиджа занимались Г.В. Грачева, О.В. Баранова, И.Э Белоусова, А.И. Азарова, Е.А. Петрова, В.В. Белобрагин[2], которые рассматривали имидж как образ, складывающийся не только на сознательном и но и на подсознательном уровнях.

Имидж как социологическую категорию в своих работах рассматривали такие ученые как Д.Г. Передня, Н.Р. Попов, И.С. Перетрухина [3], которые особое внимание уделяли формированию имиджа на основе взаимодействия, на основе оценочных суждений и мнений.

Исследованием особенностей формирования имиджа в органах государственной власти занимались П.А. Меркулов, Н.В. Проказина, Р.А. Кобылкин, И.К. Черемушникова, А.А Семёнова, А.А. Алексеёнок, Ю.В. Каира[4], в работах которых особое место отводится описанию методических особенностей эмпирического социологического исследования имиджа, проводимых в закрытых организационных структурах.

Обобщая теоретические результаты исследований имиджа, необходимо отметить, что существует много трудов различных учёных, посвящённых данной проблематике, но вопросы, касающиеся именно социологического анализа данной категории, остаются полностью не раскрытыми.

Под имиджем в социологической трактовке данной категории понимается определённое суждение либо мнение, в основе которого лежат субъективно-оценочная и объективная (информационно-практическая) составляющие, создающиеся на основе эмоционально окрашенного образа, сформировавшегося в сознании социальных субъектов, взаимодействующих между собой по поводу

---

[1] Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. Москва, 2009. (3-е изд., стер.).

[2] Петрова Е.А. Имиджелогия — наука XXI века В сборнике: Гуманитарные технологии в современном мире Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. 2019. — С. 25— 28; Белобрагин В.В. Психология имиджа. — М., 2018.

[3] Передня Д.Г. Имидж полиции России, эмпирический анализ. Вестник Восточно-Сибирского института Министерства внутренних дел России. — 2016. — № 1 (76). — С. 112— 124.

[4] Алексеёнок А.А., Каира Ю.В., Кирюхина Ю.В. Имидж органов внутренних дел в субъективных оценках россиян: социологический мониторинг. Среднерусский вестник общественных наук. 2018. Т. 13. № 6. С. 29-42; Меркулов П.А. Социология государственной и муниципальной службы. / П.А. Меркулов, Н.В. Проказина, Н.Ю. Бобылева // Информационный бюллетень социологической лаборатории. Научное издание. Выпуск 3. Результаты социологических исследований 2018 года. – Орел: Издательство Среднерусского института управления - филиала РАНХиГС, 2018 –.100 с.

конкретных социокультурных явлений, обладающих такими характеристиками, как динамичность, энергичность, изменчивость в зависимости от обстоятельств, потребительских нужд, перемен в групповом сознании.

Говоря об имидже органов внутренних дел, необходимо особо подчеркнуть, что имидж ОВД – стереотипизированное восприятие и представление населения об основных аспектах деятельности данной организации, а также личностных характеристиках и поведенческих установках её сотрудников. Как любой социальный стереотип, имидж не всегда точно отражает сущность организации, но, сформировавшись, распространяется среди большинства населения на всех сотрудников. Имидж органов внутренних дел создаёт определенную социально-психологическую установку, способствуя или препятствуя деятельности его сотрудников.

Самоимидж (внутренний имидж ОВД) – это представление, которое складывается у самих сотрудников ОВД о своей организации. Сотрудники ОВД, с одной стороны, являются потребителями виртуального продукта «Имидж ОВД», ведь от их представления об организации зависит и их уверенность в значимости и необходимости для общества, а с другой – они носители этого имиджа в глазах населения[1].

С целью выявления отношения сотрудников к имиджу органов внутренних дел было проведено исследование «Имидж ОВД». Метод исследования – опрос сотрудников организации. Число респондентов – 350 человек (отобранных по полу, возрасту, званию, сроку службы). Исследование проводилось в апреле 2020 года. Целью первого вопроса было выяснить отношение сотрудников к имиджу органов внутренних дел (рис. 1).

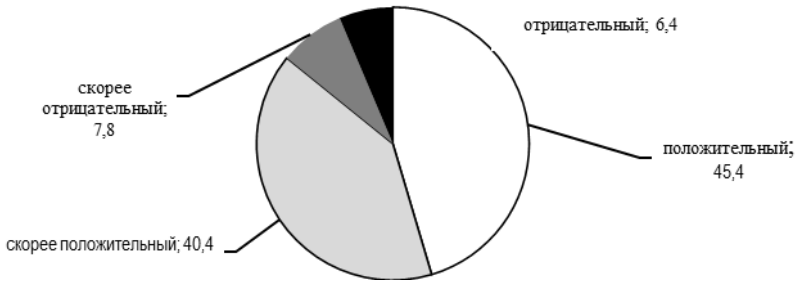


Рисунок 1 – Оценка сотрудников ОВД имиджа организации, %

Figure 1 – Assessment of the employees of the department of internal affairs of the organization's image, %

[1] Передня Д. Г. Самоимидж и воспринимаемый имидж полиции России // Социологические исследования. – 2016. – № 1. – С. 152–157.

На рис. 1 продемонстрировано, что подавляющее большинство сотрудников дают положительную оценку имиджу организации (так, положительно и скорее положительно оценивают имидж организации 45,4% и 40,4% соответственно). Это является свидетельством того, что подавляющее большинство сотрудников органов внутренних дел гордятся своей работой, считают её престижной, стабильной, востребованной, а, следовательно, ответственно и профессионально занимаются любимым делом. В то же время тот факт, что 14% сотрудников дают негативные оценки, говорит о наличии определённых проблем в данной области. Также достаточно тревожным является тот факт, что четвёртая часть опрошенных считает, что за последний год деятельность органов внутренних дел ухудшилась (ухудшилась и скорее ухудшилась, считают 5,9% и 21% соответственно). В то же время почти половина респондентов говорят об улучшении деятельности ОВД (варианты «улучшилась» и «скорее улучшилась» выбирают 19,2% и 21,5% респондентов соответственно), что само по себе свидетельствует о положительной оценке имиджа ОВД. Чуть меньше трети респондентов считают, что деятельность ОВД осталась без изменений.

На рис. 2 продемонстрировано, что подавляющее число сотрудников (93,2%) положительно относятся к организации, в которой работают. Негативную оценку дают лишь 5% сотрудников. Из этого следует, что сотрудники органов внутренних дел любят свою работу, гордятся своей организацией, престижем профессии.

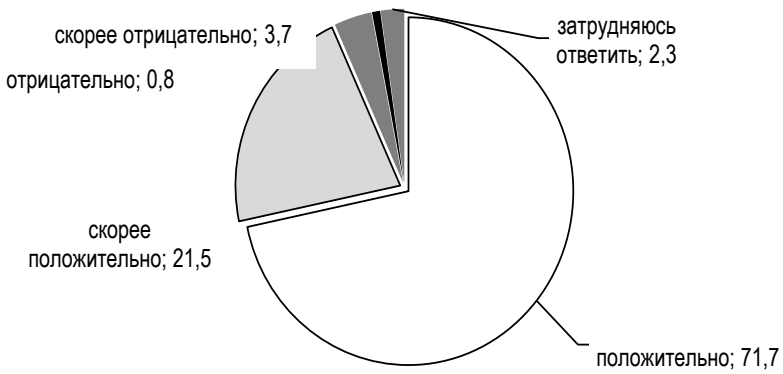


Рисунок 2 – Отношение сотрудников органов внутренних дел к своей организации, %

Figure 2 – Attitude of employees of bodies of internal affairs to their organization, %

В то же время тот факт, что в три раза больше респондентов считают, что у населения сложился негативный имидж ОВД, требует более тщательного анализа механизмов его формирования.

Целью следующего вопроса было узнать, какое отношение преобладает среди населения к сотрудникам органов внутренних дел, по их собственным представлениям (рис. 3).

На рис. 3 показано, что в данном вопросе мнения респондентов разделились на две примерно равные части. Так, половина сотрудников считает, что население положительно воспринимает их деятельность (положительно и скорее положительно оценивают отношение к сотрудникам органов внутренних дел 12% и 36,5% соответственно). Из этого можно сделать вывод о том, что половина сотрудников органов внутренних дел считает важной и значимой их деятельность.

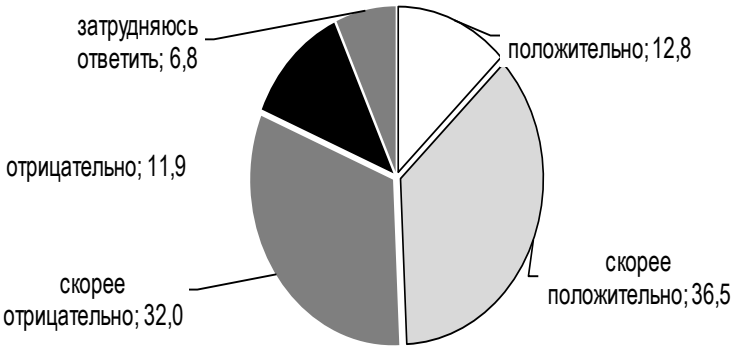


Рисунок 3 – Мнение сотрудников ОВД об отношении населения к их деятельности, %

Figure 3 – Opinion of police officers about the attitude of the population to their activities,%

В то же время почти половина сотрудников полагает, что население негативно относится к их деятельности (отрицательно и скорее отрицательно оценивают отношение к сотрудникам органов внутренних дел 11,9% и 32% соответственно). Чаще всего это связано с тем, что, по мнению значительной части населения, деятельность сотрудников органов внутренних дел сопровождается коррупцией, грубостью, попустительством.

Борьба с преступностью является важнейшей функцией органов внутренних дел. Поэтому логично предположить, что её эффективность будет оказывать прямое влияние на имидж организации. Большинство респондентов считают, что сотрудники органов внутренних дел эффективно борются с преступностью, так считают 78% опрошенных. Положительно можно отметить тот факт, что вариант ответа «полностью не справляются с данной функцией» не выбрал ни один респондент.

Сотрудничество с населением во многом предопределяет эффективность деятельности органов внутренних дел. По мнению практически всех опрошенных респондентов, работа ОВД должна проходить в тесном взаимодействии с гражданами, так считают 96% опрошенных респондентов.

Одним из аспектов, негативно влияющих на имидж ОВД, является высокий уровень коррупции. Результаты исследования показали, что коррупция в настоящее время не является проблемой организации. На вопрос «Справедливо ли утверждение «преступник всегда может откупиться от полиции?» однозначно положительный ответ дают лишь 3% респондентов, ещё 13% допускают такую возможность. В то же время две трети сотрудников (75%) считают, что такое невозможно. Из этого можно сделать вывод, что в органах внутренних дел ведётся борьба с этим негативным явлением, что будет способствовать улучшению имиджа организации.

В завершение анализа отношения сотрудников организации к её деятельности в целом сотрудникам был задан вопрос о том, какие направления повышения её эффективности они считают первостепенными. Среди приоритетных направлений были названы:

– повышение материально-технической обеспеченности полиции (87,2%);

– повышение социальных гарантий сотрудникам и их семьям (82,1%);

– повышение профессионального квалификационного уровня сотрудников ОВД (78,5%);

– антикоррупционная политика организации (полиции) (77,2%);

– повышение профессионализма начальников (руководителей) различного уровня полиции (76,7%);

– повышение требований к качествам сотрудников при приёме в ОВД (полицию) (69,8%);

– широкое привлечение общественности к противодействию преступности и охране общественного порядка (66,2%);

– повышение уровня общей культуры сотрудников (64,4%);

– повышение правовой, юридической и политической культуры сотрудников ОВД (64%);

– усиление внимания в отношении адресности при работе с бродягами, наркоманами и т.д. (63%);

– повышение контроля за только что освободившимися из МЛС (62,6%);

– увеличение количества нарядов полиции в местах массового скопления населения (62,5%);

– оптимизация процедуры подачи и регистрации обращений населения (48,4%);

– ужесточение наказания сотрудников за допущенные нарушения служебной дисциплины и ненадлежащее исполнение служебных обязанностей, повышение служебной дисциплины в органах внутренних дел (полиции) (41,5%).

В современном информационном обществе основными источниками формирования имиджа выступают средства массовой информации. В связи с этим респондентам был задан вопрос, касающийся объективности освещения деятельности органов внутренних дел средствами массовой информации (рис. 4).

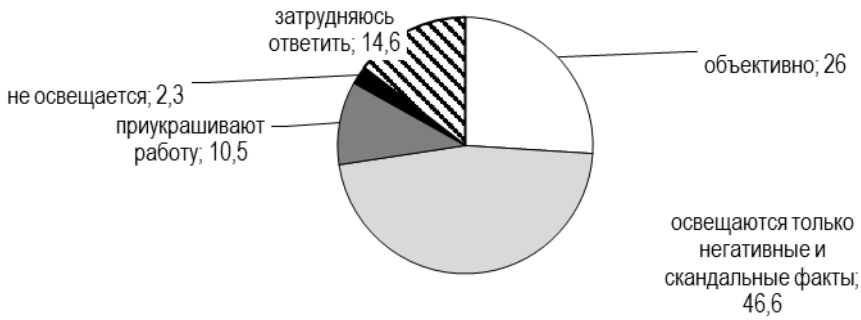


Рисунок 4 – Объективность освещения деятельности органов внутренних дел в СМИ, %

Figure 4 – Objectivity of coverage of the activities of the bodies of internal affairs in the media,%

На рис. 4 наглядно продемонстрировано, что лишь четвёртая часть респондентов (26%) полагает, что средства массовой информации объективно освещают их деятельность. Каждый десятый респондент (10,5%) считает, что СМИ приукрашивают деятельность организации. Возможно, имеются в виду новостные программы и программы Центрального государственного телевидения.

В то же время в 4 раза больше респондентов (46,6%) считают, что в средствах массовой информации освещаются только негативные и скандальные факты. Это происходит потому, что различного рода скандальные телепередачи, интернет-форумы и блогеры таким образом пытаются привлечь к себе внимание зрительской аудитории, которая скорее заинтересуется информацией о коррупции, насилии и произволе в органах внутренних дел, нежели о героических поступках или каких-либо достижениях сотрудников ОВД.

Всё вышесказанное негативным образом отражается на имидже ОВД, что, в свою очередь, вызывает недоверие населения к сотрудникам ОВД, ухудшает взаимодействие между ними и приводит к снижению эффективности деятельности ОВД в целом. В данной связи бы задан вопрос о том, какие направления деятельности способствуют формированию положительного имиджа ОВД у населения (рис. 5).

На рисунке 5 продемонстрировано, что третья часть респондентов считает, что наибольшее влияние на формирование положительного имиджа ОВД окажут средства массовой информации (28,7%), что подтверждает выдвинутый нами выше тезис.

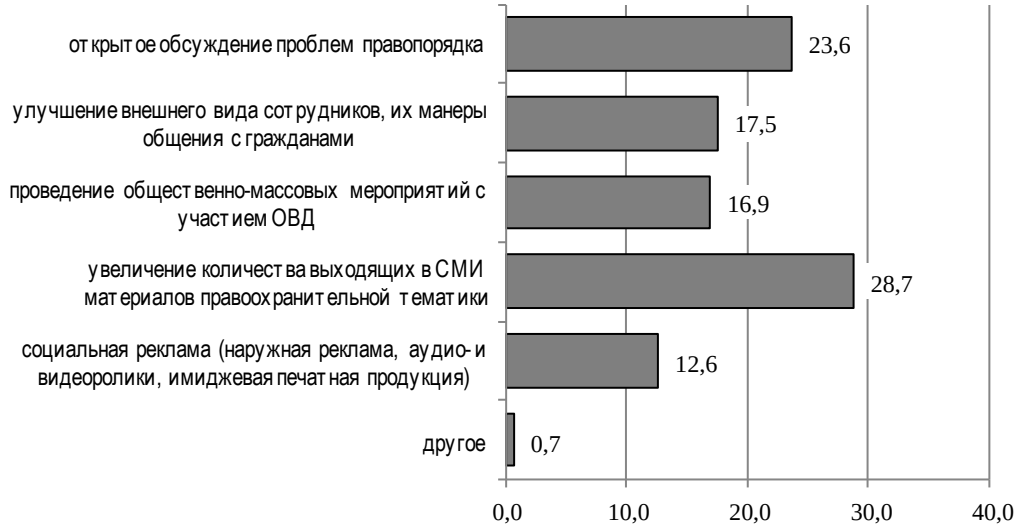


Рисунок 5 – Направления деятельности, способствующие формированию положительного имиджа ОВД у населения, %[1]

Figure 5 – Areas of activity contributing to the formation of a positive image of the bodies of internal affairs among the population,%

Среди направлений деятельности, способствующих формированию положительного имиджа ОВД у населения, респонденты также называли открытое обсуждение проблем правопорядка с населением, что позволило бы сделать деятельность ОВД максимально прозрачной (23,6%). Почти каждый пятый респондент полагает, что на имидже ОВД положительно скажется улучшение внешнего вида сотрудников, их поведения, культуры общения с населением (17,5%). Почти столько же респондентов отметили в своих ответах проведение общественно-массовых мероприятий с участием ОВД (16,9%). Среди направлений деятельности, способствующих формированию положительного имиджа ОВД у населения, была названа социальная реклама, которая бы популяризировала данный вид деятельности, – 12,6%.

Именно данные виды деятельности должны освещаться в СМИ для формирования положительного имиджа ОВД в глазах населения.

Большое влияние на имидж организации в целом оказывает отношение населения к его сотрудникам, поэтому следующий вопрос касался личностных качеств, которыми должен обладать сотрудник органов внутренних дел (рис. 6).

Первостепенной целью формирования позитивного имиджа ОВД является повышение эффективности взаимодействия его сотрудников и населения, для эффективного взаимодействия необходимы такие качества, как вежливость,

[1] Прим.: допускалось до 3 вариантов ответов

открытость, коммуникабельность, доступность. Так, более половины респондентов считают, что основными личностными качествами сотрудника ОВД являются вежливость (58,5), готовность оказать помощь (52,5%). Чуть меньше половины опрошенных отметили такие качества, как компетентность (49,8%), опрятность (43,3%), порядочность (41,9%). Среди прочих качеств были также отмечены надёжность (15,7%), храбрость (12,4%) и дружелюбие (9,7%).

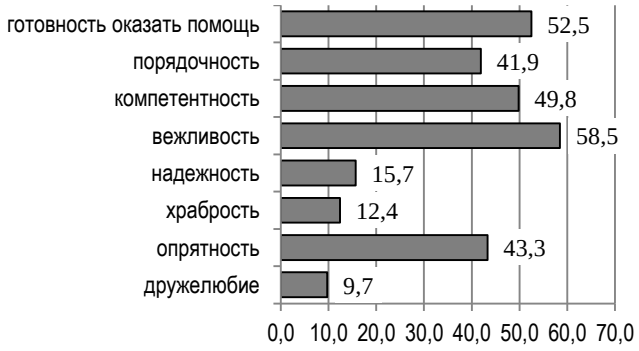


Рисунок 6 – Качества сотрудников, положительно влияющие на имидж органов внутренних дел, %

Figure 6 – Qualities of employees that positively affect the image of the bodies of internal affairs,%

Выявив личностные качества, которыми должен обладать сотрудник ОВД, проанализируем те качества, которые, напротив, приводят к недоверию граждан, снижают авторитет, формируют негативный имидж. Среди качеств, которые наиболее негативно влияют на имидж сотрудников органов внутренних дел, на первом месте были названы взяточничество и коррупция, грубость, безразличие к проблемам населения, попустительство, некомпетентность, недобросовестное выполнение служебных обязанностей, низкий уровень правовой культуры, халатность, непрофессионализм.

В заключение был задан вопрос: «Чьи интересы, по мнению самих сотрудников, в наибольшей степени защищают органы внутренних дел в настоящее время?» (рис. 7).

На рисунке продемонстрировано, что подавляющее число сотрудников ОВД считают, что в своей деятельности они отстаивают интересы населения. Вариант ответа, в котором говорилось о том, что сотрудники защищают только свои собственные интересы, выбрали лишь 3,7% респондентов.

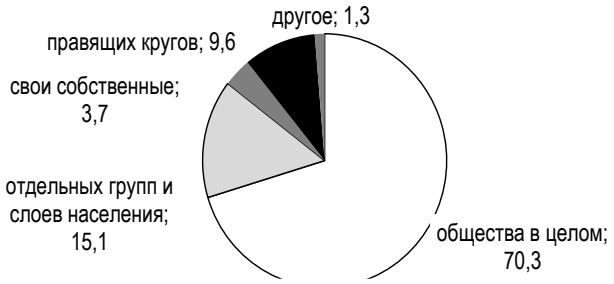


Рисунок 7 – Интересы, которые, по мнению самих сотрудников, в наибольшей степени защищают органы внутренних дел в настоящее время, %

Figure 7 – Interests that, according to the employees themselves, are most protected by the bodies of internal affairs at the present time,%

Почти 2/3 респондентов считают, что сотрудники ОВД в своей деятельности отстаивают интересы общества в целом (независимо от социального положения) (70,3%). Вместе с тем тот факт, что каждый четвёртый сотрудник считает, что ОВД защищает в первую очередь отдельные группы и слои населения (15,1%), а также правящие круги (9,6%), говорит о том, что деятельность ОВД, равно как и его сотрудников, не может быть оценена равнозначно. Необходимо оптимизировать социальные технологии повышения эффективности деятельности органов внутренних дел в целом и их имиджа в частности.

Выводы. Подавляющее большинство сотрудников дают положительную оценку имиджу организации и её деятельности. Следовательно, сотрудники органов внутренних дел любят свою работу, гордятся своей организацией, престижем профессии. Были выявлены первостепенные направления повышения эффективности деятельности ОВД, такие как повышение материально-технической обеспеченности, социальных гарантий сотрудникам и их семьям, профессионального квалификационного уровня сотрудников ОВД; антикоррупционная политика организации; широкое привлечение общественности к противодействию преступности и охране общественного порядка и т.п.

Было констатировано, что одной из причин снижения имиджа ОВД является то, что в средствах массовой информации освещаются только негативные и скандальные факты, касающиеся их профессиональной деятельности. Это вызывает недоверие населения к сотрудникам ОВД, ухудшает взаимодействие между ними.

Были выявлены качества сотрудников ОВД, которые бы способствовали улучшению их имиджа, такие как вежливость, готовность оказать помощь, компетентность, опрятность, порядочность и т.п. А также качества, которые, напротив, негативно отражаются на имидже организации, такие как взяточничество и коррупция, грубость, безразличие к проблемам населения,

попустительство, низкий уровень правовой культуры и т.п.

В завершение анализа можно резюмировать, что положительный имидж органов внутренних дел будет способствовать повышению доверия населения к их сотрудникам и повышать эффективность их деятельности.

Библиография/References:

1. Алексеёнок А.А., Каира Ю.В., Кирюхина Ю.В. Имидж органов внутренних дел в субъективных оценках россиян: социологический мониторинг // Среднерусский вестник общественных наук. – 2018. – Т. 13. – № 6. – С. 29–42.

2. Меркулов П.А., Проказина Н.В., Бобылева Н.Ю. Социология государственной и муниципальной службы. Информационный бюллетень социологической лаборатории. Научное издание. Выпуск 3. Результаты социологических исследований 2018 года. – Орёл: Издательство Среднерусского института управления - филиала РАНХиГС, 2018. – 100 с.

3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. – М., 2009.

4. Передня Д.Г. Имидж полиции России, эмпирический анализ // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. – 2016. – № 1 (76). – С. 112– 124.

5. Попов Н.Р. Изучение понятия имиджа в социологии // European Scientific Conference: сборник статей XV Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2019. – С. 273–275.

6. Проказина Н.В., Алексеенок А.А., Каира Ю.В. Оценка населением основных сфер общественной жизни региона (на материалах орловской области) // Среднерусский вестник общественных наук. – 2017. – Т. 12. – № 5. – С. 226-235.

1. Alekseenok, A.A., Kaira, Iu.V., Kiriukhina, Iu.V. (2018) Imidzh organov vnutrennikh del v sub"ektivnykh otsenkakh rossiian: sotsiologicheskii monitoring [The image of the Internal Affairs Bodies in the subjective assessment of the Russians: sociological monitoring] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Sociological research]. – T. 13. – № 6. – P. 29-42. (In Russ.)

2. Merkulov, P.A., Prokazina, N.V., Bobyleva, N.Iu. (2018) Sotsiologiia gosudarstvennoi i munitsipal'noi sluzhby [Sociology of state and municipal services]. Informatsionnyi biulleten' sotsiologicheskoi laboratorii. Nauchnoe izdanie. Vypusk 3. Rezul'taty sotsiologicheskikh issledovanii 2018 goda. – Orel: Izdatel'stvo Srednerusskogo instituta upravleniia - filiala RANKhiGS. – 100 p. (In Russ.)

3. Panasiuk, A.Iu. (2009) Formirovanie imidzha: strategiia, psikhotekhnologii, psikhotekhniki [Image building: strategy, psychotechnologies, psychotechnologies]. – M. (In Russ.)

4. Perednia, D.G. (2016) Imidzh politsii Rossii, empiricheskii analiz [Image of the Russian police, empirical analysis] // Vestnik Vostochno-Sibirskogo instituta MVD Rossii [Vestnik of the East Siberian Institute of the MIA of Russia]. – № 1 (76). – P. 112–124. (In Russ.)

5. Popov, N.R. (2019) Izuchenie poniatiia imidzha v sotsiologii [The study of the concept of image in sociology] // European Scientific Conference: sbornik statei XV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – Penza. – P. 273–275. (In Russ.)

6. Prokazina, N.V., Alekseenok, A.A., Kaira, Iu.V. (2017) Otsenka naseleniem osnovnykh sfer obshchestvennoi zhizni regiona (na materialakh orlovskoi oblasti) [Evaluation of major spheres of the region public life by population (on the materials of the orel region)] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian journal of social sciences]. – T. 12. – № 5. – P. 226-235. (In Russ.)