

Важным направлением улучшения деятельности милиции в современных условиях, повышения ее социального авторитета является поиск новых форм организации взаимосвязи с населением.

Практика взаимосвязей милиции с общественностью может охватывать разнообразные виды деятельности: пресс-посредничество, информирование населения о функционировании структурных подразделений милиции, рекламу и многие другие.

Такого рода деятельностью должны заниматься специально подготовленные для ОВД пресс-агенты по связям с общественностью. Такие агенты данного профиля являются фактически посредниками между милицией и различными группами населения. Они призваны, во-первых, ориентироваться в своей деятельности на интересы и потребности широких кругов общественности, во-вторых, распространять информацию, которая позволяет заинтересованным группам населения понять политику и деятельность подразделений милиции, в-третьих, внимательно изучать общественное мнение и информировать об этом руководство соответствующих организаций.

Для глубокого знания и понимания интересов, потребностей, настроений различных групп населения пресс-агенты служб ОВД должны действовать на основе принципов гласности и открытости, опираться на объективные закономерности функционирования массового сознания, широко использовать методологию и научные методы исследования общественного мнения, процессы коммуникации в обществе.

Ю.А. Свеженцева

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ НАЛАЖИВАНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ МИЛИЦИИ И НАСЕЛЕНИЯ

На пороге XXI в. перед полициями разных стран стала насущной необходимостью пересмотреть свою роль и место в гражданском обществе будущего. Ученые многих стран приходят к выводу, что полиция будущего не должна никоим образом противопоставлять себя обществу, а быть его частью, действия которой направлены не только на борьбу с преступностью, но и на становление более гуманной и безопасной жизни. Партнерство многих институтов, стоящих на страже общественных интересов, взаимодействие с общественностью и простыми гражданами на основе доверия и общих интересов – вот прообраз полиции будущего. Охрана правопорядка должна быть не односторонней деятельностью полиции, а осуществляться благодаря взаимодействию между полицией и обществом. Голливудский стереотип одинокого героя-полицейского, борющегося с силами зла, постепенно уходит в прошлое. Полиция не сможет результативно работать, наводя страх на преступниками с одной стороны и враждебно настроенными гражданами – с другой. Потребители полицейского обслуживания – граждане – должны быть включены в создание политики действий полицейских департаментов, играть активную роль в борьбе с преступностью и другими проблемами общества.

Стратегические планы развития предусматривают пересмотр сложившихся ранее организационных целей, задач, ценностей полиции. Полиция является частью общества и должна отражать его ценности. В то же время, общество должно поддерживать полицию, понимая, что цели полиции созвучны целям простых граждан. Для реализации этой модели необходимо

многое изменить и в работе самой полиции, и в отношении населения к полиции, наметить общие интересы, направления и способы взаимодействия населения и полиции.

Изменение отношения населения к полиции предполагает формирование позитивного образа полицейского в общественном сознании, повышение доверия к полиции и удовлетворенности ее работой. Предыдущие исследования показали, что чем больше человек удовлетворен работой полиции, тем более он склонен помогать ей в охране правопорядка. Удовлетворенность работой полиции также связана со свойственным людям в той или иной степени страхом стать жертвой преступления. Возможность построения постоянных взаимодействий полиции и населения зависит от степени доверия, наличия общих интересов, предполагаемых выгод и затрат обеих сторон. Доверие человека к полиции зависит от прошлых контактов с ней, бытующих в обществе стереотипов, определенности, прогнозируемости и открытости действий полиции.

Реальная ситуация, сложившаяся во многих странах, значительно отличается от описанной идеальной модели. Полиция США, например, давно осознала необходимость помощи населения в охране правопорядка. Был разработан и внедрен ряд программ по укреплению связей полиции и населения, включая лондонский опыт. Однако нельзя утверждать, что эта проблема решена для США.

Современная Украина также осознала потребность в реформировании и перестройке деятельности милиции. Задача построения демократического общества требует не только реорганизации структуры милиции, изменения ценностного отношения ее работников к своей служебной деятельности, но и более тесной работы с населением с целью оказания адресной помощи, координации действий милиции с потребностями различных категорий населения. Таким образом, одной из наиболее важных задач реформирования органов внутренних дел Украины провозглашены установление и поддержка отношений милиции с населением на принципах доверия и взаимопонимания, поскольку эффективность борьбы с преступностью во многом зависит от активной позиции самих граждан в решении этой проблемы. Каждый гражданин, независимо от его доходов и социального статуса, должен быть уверен в заинтересованности каждого милиционера бесстрашно стать на защиту его прав и законных интересов, в объективности и непредвзятости украинской милиции. Милиция должна уметь уважать человека, с высоким профессионализмом служить человеку. — только при таких условиях можно надеяться на доверие и уважение людей.

Планируемые реформы требуют эффективного менеджмента, направленного как на изменения в органах внутренних дел, так и на формирование нового имиджа милиции, способствующего доверительному, всесторонне выгодному взаимодействию общественности и милиции. Такой менеджмент должен строиться на принципах честности, искренности и открытости, а также опираться на знание 1) объективных законов функционирования массового сознания; 2) закономерностей отношений между человеком, организацией и общественностью; 3) разработанных и испытанных технологий формирования общественного мнения в желаемом направлении (так называемых «паблик рилейшнз» или «связей с общественностью»).

Управление реформами в ОВД должно опираться на достоверную научную информацию как о реальном состоянии дел в самой милиции, так и о сложившемся в обществе отношении к милиции. Здесь недопустимо без адаптации использовать опыт других организаций или планировать деятельность исходя из необоснованных представлений о реальном положении дел. Необходимо детально изучить отношение различных групп населения к работникам милиции, основные информационные источники формирования представлений о милиции, оценки деятельности различных служб ОВД, бытующие среди населения стереотипы, представления населения о реальном функционировании милиции. Следует отметить, что проблема взаимодействия милиции с общественностью не стала объектом широких научных исследований в Украине. Однако, даже отдельные исследования (составленные обобщением опыта работы руководителей с представителями общественности, а также изучению общественного мнения по поводу деятельности органов внутренних дел свидетельствуют о росте обеспокоенности населения положением правопорядка в регионах, недоверие населения к органам внутренних дел по поводу способности последних вести борьбу с преступностью, профессионально оказывать помощь гражданам; о росте потребности в демократизации связей органов внутренних дел с общественностью.

Хороший, устойчивый имидж организации не может быть построен на обмане, сокрытии негативных явлений, раздувании мнимых достоинств. Формирование в обществе доверия и уважения к милиции невозможно без позитивных изменений в самой милиции. Отношение населения к милиции во многом зависит от того, как сами ее работники относятся к своей профессии, работе, считает ли себя организацией гуманной, справедливой, заботящейся о сотрудниках, способствующей профессиональному росту и повышению социального статуса. Факторами, влияющими на эффективность работы и имидж милиции, являются степень солидарности служащих, взаимообусловленность интересов сотрудников и организации.

Для разработки эффективного менеджмента реформами в милиции необходимо проводить два взаимосвязанных направления исследований: 1) детальное изучение общественного мнения о милиции в с реформами, необходимых для улучшения ее работы; 2) изучение мнения сотрудников милиции о работе этой системы и путях ее реформирования. Оба направления исследований предполагают проведение социологических опросов населения и работников милиции. Данные исследования представляют собой систематический сбор информации, необходимой для всестороннего понимания ситуации, проверки предположений об общественном мнении и характере связей милиции и населения.

1. Опросы населения нацелены на изучение сложившегося общественно-го мнения о работе милиции. Такое мнение состоит из:

1) валидной оценки работы различных служб милиции – это мнение людей, имеющих опыт непосредственных контактов с работниками милиции (необходимо учитывать субъективность таких оценок, так как они характеризуют мнение только одной из сторон взаимодействия),

2) сложившихся в обществе стереотипов работников милиции – это мнение людей, не имевших непосредственных контактов с работниками милиции (такой стереотип складывался в общении с другими людьми из своего

окружения, на информация газет, телепередач и кинофильмов, и характеризуется устойчивостью и эмоциональной насыщенностью).

Изучение общественного мнения направлено на типологический анализ населения в зависимости от направленности, стабильности, интенсивности, информационно насыщенной представлений о милиции. Информационное воздействие, направленное на конкретную группу, является более эффективным. Оно может, в зависимости от типа группы и особенности коммуникаций в ней, 1) убедить людей изменить мнение о милиции; 2) информационно насытить и сделать устойчивым недостаточно сформированное мнение; 3) усилить существующее общественное мнение.

Исследование позволит создать типологию групп населения в зависимости от возможности предоставить помощь или причинить вред отношениям и взаимодействиям населения и ОВД. С данной позиции население можно разделить на главные, второстепенные и маргинальные категории. Для практики формирования имиджа уместно также типологизировать население на сторонников, оппонентов и равнодушных. Планирование «связей с общественностью» должно различаться для этих трех целевых групп. Особенно важна работа с «кровожадными».

Необходимо учитывать также фактор времени. С этой точки зрения следует рассматривать общественность нынешнюю и перспективную. Учитывая среднюю продолжительность жизни, можно спрогнозировать в перспективе изменение отношения населения к милиции. Это поможет выбрать нужные стратегии преобразований, нацеленные в большей степени на молодежь.

Деятельность по формированию имиджа милиции должна быть направлена как на все население в целом, так и на различные специфические группы. Эти группы представляют общественность – активное социальное образование, которое в некоторый момент объединяет тех, кто сталкивается с общими проблемами, осознает их и может вместе искать пути их решения. После распада общегосударственной системы профилактики правонарушений, по-видимому, милиции придется заново создавать «свою» общественность. Первоначально деятельность по налаживанию взаимодействия с населением должна быть направлена на приоритетные группы, т.е. на те группы или категории, которые легче всего превратить из латентной общественности в активную. Приоритетные группы имеют исключительный вес в реализации преобразований. Выделение их в ходе исследований предполагается осуществлять с учетом следующих факторов:

- 1) осознание того, что сложившаяся ситуация требует соединения усилий милиции и широких кругов населения для борьбы с преступностью;
- 2) осознание своей незащищенности, уязвимости человеческой жизни без достаточных гарантий безопасности личности и жилища;
- 3) насущная потребность в достоверной, непредвзятой информации;
- 4) желание действовать, готовность тратить время и усилия для решения общих проблем;
- 5) оценка осуществимости планируемой деятельности, вера в свои возможности;
- 6) уровень возможной включенности во взаимодействие с милицией.

Значительное влияние на формирование отношения к милиции имеют сложившиеся в обществе представления о «законности» существующих законов. Некоторые виды преступлений, например, неуплата налогов, не осуж-

даются большей частью населения. События последних лет, непредсказуемость будущего при отсутствии реальной поддерживающей функции государства создали в сознании многих людей враждебную персонифицированную оппозицию «я – государство»: «как оно со мной поступает, так и я с ним!» Дифференцированное отношение к исполнению законов блещет за собой и негативное отношение к милиции, призванной безоговорочно требовать их соблюдения. Такая связка проблем создает труднопреодолимые препятствия в налаживании взаимовыгодных отношений доверия между населением и милицией.

Опросы общественного мнения позволяют выяснить представления различных групп населения о «хорошей» работе различных служб милиции. Такой идеальной, «должный» образ деятельности милиции может быть нереален и нефункционален для общества. Но сопоставление реального и идеального общественных представлений может подсказать наиболее важные для людей ожидания от милиции, тем самым наметить эффективные способы реформирования милиции и налаживания взаимодействий с населением.

2. Опрос работников милиции. Работники любой организации в практике «паблик рилейшнз» всегда рассматриваются как «внутренняя общественность», оказывающая наибольшее влияние на формирование имиджа организации в обществе. Создать желаемый имидж организации – это прежде всего работа с внутренней общественностью, это грамотный подбор кадров и формирование желаемого имиджа сотрудников; это создание такого психологического климата, где большинство сотрудников любят, гордятся своей работой, ощущают социальную и духовную близость коллегаришей. Информация об организации, исходящая от внутренней общественности, самая эффективная. Даже если человек ничего не говорит о своих рабочих проблемах, в общении с ним можно многое понять о его организации. Такой информации люди склонны верить.

Анонимные опросы призваны зафиксировать разностороннюю оценку работы милиции самими ее работниками. Им предстоит оценить себя, своих сотрудников и другие службы милиции по уровню профессионализма, дисциплинированности, законности, ответственности. Большое значение для повышения эффективности работы и для целенаправленного формирования имиджа имеет мера сплоченности «мы – группы» работников милиции. Предполагается выяснить, считают ли служащие свою организацию 1) справедливой в распределении работы, поощрений, должностей и званий; 2) заботящейся и защищающей интересы сотрудников; 3) престижной и авторитетной; 4) честно выполняющей свои функции; 5) проводящей открытую, предсказуемую кадровую политику; 6) ясно распределяющей меру свободы и ответственности для каждого сотрудника. С помощью различных методик опроса необходимо выяснить реальное отношение работников милиции к населению, сложившиеся стереотипы, нормы и принципы, лежащие в основе взаимодействия с людьми. Опрос также позволит описать, какой должна быть милиция с точки зрения самих служащих, наметить те стороны, которые надо изменить в первую очередь.

Предлагаемые исследования позволят сделать обязательные первые шаги в формировании общественного мнения: четко обозначить объекты пропагандистской кампании; выделить категории населения, которые станут объектом влияния; проанализировать установки и мнения этих категорий о

милиции; выяснить, почему эти категории населения имеют именно такие представления или проявляют недостаточную осведомленность. Практики «паблик рилейшнз» без глубокой исследовательской проработки не способны убедительно утверждать, что они знают ситуацию и способны предложить надежные пути решения проблем. Такие исследования выступают научным дополнением интуиции, без которого нельзя убрать элементы неуверенности и неопределенности при принятии решений. Только после выполнения предварительного анализа можно планировать эффективные действия по созданию желаемого имиджа и налаживанию желаемых отношений с общественностью.

В.А. Болотова

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИЛИЦИИ СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ

Среди важных заданий реформирования органов внутренних дел Украины одним из приоритетных выступает улучшение связей милиции и населения на принципах взаимопонимания, доверия и добропорядочности.

Для изучения вопросов взаимодействия ОВД, определения источников формирования стереотипного мнения, выяснения общих трудностей при взаимодействии с населением сотрудниками научно – исследовательской лаборатории СПРВ ОВД был использован метод фокус – группы.

Фокус – группа – один из качественных методов социально – психологических исследований, представляет собой групповое полустандартизированное интервью, проходящее в форме групповой дискуссии и направленное на получение от её участников « субъективной информации » о том, как они воспринимают различные виды практической деятельности (в данном случае процесс и результат взаимодействия работников милиции и населения). В процессе исследования было проведено 4 фокус – группы, участниками которых выступили участковые инспекторы милиции, следователи и оперуполномоченные уголовного розыска, со стажем работы 3 и более лет (всего 48 респондентов: 12 следователей, 12 оперуполномоченных, 24 участковых инспектора).

Участники фокус-групп вне зависимости от занимаемой должности и специфики работы отметили, что образ милиции в обществе в целом можно описать как негативный. Основными источниками формирования такого мнения являются слухи, в основном распускаемые людьми, привлекавшимися к административной или уголовной ответственности (а такие в нашей стране, по оценкам самих работников милиции, составляют половину взрослого населения). Люди в основном сталкиваются с представителями ГАИ и патрульно-постовой службы, именно их действия начинают ассоциироваться с работой милиции вообще. Тем более, что население не разбирается в структуре ОВД. Особо этот факт отмечают следователи, с работой которых население не знакомо, но оценивает её негативно. В то же время к участковым, с которыми сталкиваются в повседневной жизни, относятся более положительно. Формированию негативных стереотипов также способствует правовая неграмотность населения, незнание прав и обязанностей работников милиции.

В милиции часто видят панацею от всех бед, считают, что с каким бы вопросом человек туда не обратился, ему должна быть оказана помощь. По-