

Сёмик А.А.

доктор исторических наук,
кандидат психологических наук, профессор
Кубанского социально-экономического института

**ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРИРОДА
ИМИДЖА СОТРУДНИКОВ
ВНУТРЕННИХ ДЕЛ
(АНАЛИЗ ПИСЬМЕННОЙ
И ОБЫДЕННОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ,
ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА,
ИЗУЧЕНИЯ ЛИЧНЫХ ДЕЛ,
ТЕСТИРОВАНИЯ И НАБЛЮДЕНИЯ)**

Аннотация:

Существенную роль в формировании позитивного имиджа сотрудников органов внутренних дел играет социально-психологическая компетентность. В результате наблюдения и тестирования автором было установлено, что сотрудники органов внутренних дел в своем подавляющем большинстве обладают недостаточной социально-психологической компетентностью.

Ключевые слова:

Имидж, психологическая природа, сотрудники внутренних дел, ментальность.

Syomik A.A.

Doctor of History,
Candidate of Psychology, professor of
Kuban Social and Economic Institute

**PSYCHOLOGICAL NATURE OF
IMAGE OF STAFF OF
INTERNAL AFFAIRS
(ANALYSIS OF WRITTEN
AND EVERYDAY MENTALITY,
EXPERT SURVEY,
STUDYING OF PERSONAL AFFAIRS,
TESTING AND MONITORING)**

The summary:

Significant role in shaping a positive image of law enforcement officers is the socio-psychological competence. As a result of observation and testing by the author found that police officers in the overwhelming majority have insufficient socio-psychological competence.

Keywords:

Image, psychological nature, staff of Internal affairs, mentality.

Имидж сотрудников органов внутренних дел относится к числу многоаспектных понятий. Его психологическое содержание зависит от экономических и идеологических отношений и установок общества. Психологическая природа имиджа сотрудников органов внутренних дел чрезвычайно сложна. Она включает в себя отражение не только реальной деятельности сотрудников органов внутренних дел по борьбе с преступностью, но и исторические представления населения о представителях силовых структур.

Для изучения психологической природы имиджа сотрудников органов внутренних дел автором использовался метод контент-анализа:

контент-анализ средств массовой информации;

контент-анализ художественных публикаций о сотрудниках органов внутренних дел;

дискурсивный анализ обыденной ментальности (анекдотов, аббревиатур и т.п.).

Результат контент-анализа показал, что в настоящее время у населения формируется катастрофическое сознание, что ухудшает фон для восприятия сотрудников органов внутренних дел.

Криминальная ситуация объективно стимулирует критику милиции в средствах массовой информации, которая содержит обвинения в непрофессионализме, в отсутствии желания у сотрудников заниматься своими прямыми обязанностями и т.д. Усилению критики, безусловно, способствует социальная напряженность, существующая в обществе в настоящее время. Критическое отношение к институтам власти автоматически переносится и на милицию, как на ее структурное звено. Кроме того, среди населения продолжают жить стереотипы, что милиция - единственная сила, с помощью которой можно управлять уровнем преступности и вся вина за ее рост лежит именно на ней; высокий рост преступности - это результат неэффективной работы органов внутренних дел.

Необходимо отметить и тот факт, что в средствах массовой информации криминогенная обстановка и причины, ее обуславливающие, становятся предметом активной политической полемики, а апелляция к фактам преступности используется как средство критики оппонентов и противников т.е. в спекулятивных целях для разжигания ажиотажа. Эмоциональность, преобладание обвинительного уклона, концентрация внимания на слабой борьбе с преступностью именно со стороны сотрудников органов внутренних дел, содержащиеся в разрывных материалах средств массовой информации, поддерживают такую иллюзию и не учитывают влияние других факторов. Средства массовой информации не дают всестороннего анализа тем процессам современной общественной жизни, которые влияют на рост преступности и не предлагают

на этой основе эффективные средства борьбы с ней, обеспечение социальной и общественной безопасности. Например, многие публикации, видеосюжеты акцентируют внимание на повышенной вероятности стать жертвой преступных действий и повышенной уязвимости жизни индивида. Но, может ли в принципе виктимность любого человека быть сведена к нулю? Вряд ли.

Таким образом, формируемое в социальных представлениях сиюминутное ожидание улучшения положения в борьбе с преступностью приводит к негативным оценкам правоохранительной системы. На этом фоне формируются негативные социальные представления об имидже сотрудников органов внутренних дел.

Следует также учитывать, что социальная напряженность, связанная с кризисом в стране, рождает у населения «катастрофическое сознание» и вызывает социальные страхи. В свою очередь синдром, связанный с социальными страхами, приводит к недоверию к сотрудникам органов внутренних дел, обесцениванию их образа, снижению авторитета. Дело в том, что в этих условиях срабатывает мощная психологическая защита, компенсаторные механизмы.

Социальные страхи придают форме восприятия социально-психологических явлений, в том числе и имиджа сотрудников органов внутренних дел, не светлый, а темный цвет. Естественно, что это обстоятельство сказывается и на характере социальных представлений. Усугубляется процесс восприятия имиджа сотрудников органов внутренних дел нереализованными ожиданиями со стороны населения о помощи от органов внутренних дел в условиях так называемого криминального «беспредела».

Метод контент – анализа позволил определить различные аспекты имиджа сотрудников органов внутренних дел. Эффективность формирования позитивного имиджа сотрудников через средства массовой информации значительно выше, если авторами материалов, сюжетов являются не сотрудники правоохранительных органов, а журналисты, представители населения.

Итак, социальные представления, выраженные в средствах массовой информации, более лояльны к сотрудникам органов внутренних дел по сравнению с оценками, полученными в ходе опроса населения. Следовательно, в средствах массовой информации имидж сотрудников органов внутренних дел более высок, чем он отражается в обыденной ментальности.

В тоже время следует учитывать, что при этом наблюдается ряд эффектов, которые говорят о неадекватности социальных представлений об имидже сотрудников органов внутренних дел.

- К числу таких эффектов социальных представлений можно отнести: эффект недоверия;
- эффект оглупления;
 - эффект продажности;
 - эффект демонизации.

Эти данные получены в результате анализа ответов на вопрос: «Охарактеризуйте одним словом образ сотрудников органов внутренних дел», а также письменной (персонажи художественной литературы о работниках МВД) и обыденной ментальности (прозвищ, поговорок, кличек, анекдотов и аббревиатур и т.д.). В частности, данные эффекты выражаются в таких выражениях, как «мент», «мент поганый», «мусора» и т.д.

Нельзя объяснить критическое отношение населения к сотрудникам органов внутренних дел только тем, что в ситуации беспрецедентного роста преступности милиция бездействует или напротив, поощряет преступность, а иногда и вносит вклад в ее рост. Причины негативного имиджа сотрудников органов внутренних дел более глубинны и уходят своими корнями в прошлое.

Для изучения исторического аспекта имиджа сотрудников органов внутренних дел использовался анализ письменной и обыденной ментальности. С этой целью проанализировано около 50 художественных произведений (детективы, романы, произведения классиков) о сотрудниках милиции и других сотрудниках МВД и около 100 наименований обыденной ментальности (анекдотов, выражений, поговорок и т.д.). При этом выяснилось, что имидж сотрудников органов внутренних дел имеет историческую природу, связанную с ментальностью.

В тоже время это никак не должно сказываться на отношении к профессиональному «лицу» служащих полиции царской России. Многие из них были людьми долга и чести. Однако письменная и обыденная ментальность донесла до нас и другой образ полицейских. Вполне определенные ассоциации вызывают у нас полицейские, являющиеся персонажами рассказов А.П.Чехова, произведений М.Е.Салтыкова - Щедрина, Н.В. Гоголя, Грибоедова и т.д. В частности, достаточно вспомнить такие слова, как «шпик», «филер», «жандарм», «городовой», чтобы ассоциативные связи вызвали известные образы. Что касается современной литературы детективного жанра, то зачастую главными ее героями являются представители преступного мира. Их идеализация налицо.

Социальные представления влияют на восприятие населением конкретного сотрудника органов внутренних дел. Происходит это на основе «приписывания» и других механизмов каузальной атрибутики [1].

Персонифицированный имидж сотрудника органов внутренних дел зависит от: внешних признаков (рост, конституция, выправка, одежда, манера держаться и т.д.); социально - психологической компетентности (коммуникативной, перцептивной, интерактивной); профессиональной готовности к действиям в экстремальных ситуациях (стрессоустойчивость, высокая способность к адаптации); когнитивной сферы; «Я - образа»; ценностно-смысловой сферы.

В тоже время социальные представления влияют на «Я-образ», ценностно-смысловую сферу сотрудников органов внутренних дел, и тем самым на их имидж, причем не лучшим образом.

С точки зрения организационной культуры имидж сотрудников органов внутренних дел далек от совершенства, здесь имеется ввиду: сама форменная одежда и ее ношение; символы, эмблемы; внешность; ценностно-смысловая сфера, т.е. нравственные характеристики работника МВД.

Автором проанализировано более 70 личных дел и результатов психологического обследования сотрудников, которые были уволены по отрицательным мотивам в 1997-2000 гг. Для уволенных сотрудников органов внутренних дел по отрицательным мотивам характерно:

- снижение личностного адаптационного потенциала к условиям службы в ОВД;
- снижение уровня поведенческой регуляции; снижение уровня коммуникативных навыков;
- невыполнение, а порой и незнание общепринятых моральных норм;
- выраженные акцентуации личности истероидного типа с завышенной самооценкой.

Характеристики позитивного и негативного имиджа сотрудников органов внутренних дел определялись с помощью экспертного опроса. Экспертам было предложено оценить по пятибалльной шкале характеристики «идеального» и «реального» сотрудника. Экспертный лист был составлен на основе карты личности К.К. Платонова [2]. Все характеристики личности условно были разделены на семь блоков:

1. Морально-этические характеристики.
2. Интеллектуальные.
3. Коммуникативные.
4. Особенности памяти, внимания и наблюдательности.
5. Особенности эмоциональной сферы.
6. Волевые характеристики.
7. Навыки и умения.

По данным экспертного опроса наибольший разрыв между «идеальными» и «реальными» характеристиками наблюдается в интеллектуальном блоке (4,9 и 2,9 соответственно). Наименьший разброс в блоке волевых характеристик (4,4 – «идеально», 3,0 – «реально»).

При анализе экспертного опроса морально – этических характеристик наибольший разрыв наблюдается в таких показателях как добросовестность, правдивость, аккуратность. Наиболее приближенными по оценке экспертов являются такие черты как самовлюбленность, расточительность, властолюбие. Как относительно позитивный результат хочется отметить, что уровень трудолюбия эксперты оценили в идеале – 5 баллов, а реально- 3.4 балла, по данному блоку характеристик это наименьших разрыв среди положительных качеств.

В интеллектуальном блоке оценивалось 27 показателей, почти по всем разница между «идеальным» и «реальным» составила 1.5 – 2 балла. Однако наибольшая разница отмечается при оценке таких характеристик, как способность принять правильное решение при недостатке необходимой информации, ее противоречивости и при отсутствии времени на ее осмысление; начитанности; творческого мышления; умственной работоспособности.

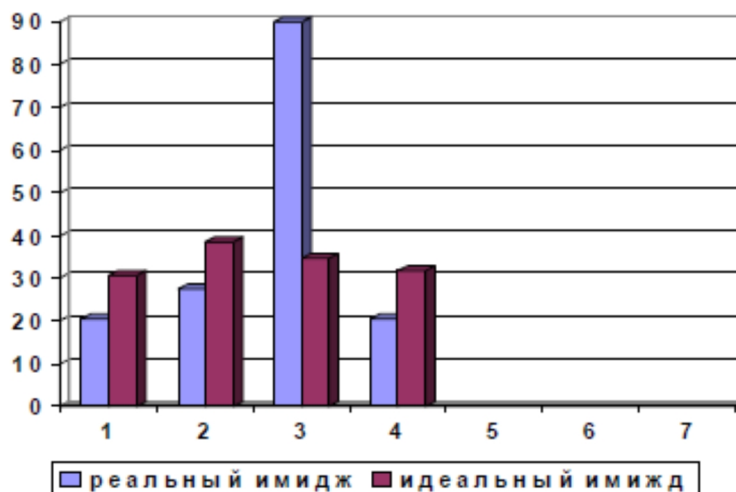
При анализе экспертного опроса эмоциональной сферы (всего 19 показателей), нашим сотрудникам не хватает уравновешенности, эмоциональной устойчивости, психофизической устойчивости, т.е. умения преодолевать стресс. Здесь по этим характеристикам разница между «идеальным» и «реальным» составляет около 2 баллов. Между тем, такие характеристики, как тревожность, сентиментальность, мнительность, агрессивность, импульсивность, психопатия порой превышают желаемые и допустимые значения. Есть над чем поработать психологам.

Интересны показатели волевых характеристик «идеального» и «реального» имиджа сотрудников органов внутренних дел, а также некоторые навыки и умения, необходимые сотрудникам ОВД по оценке экспертов. Эксперты считают, что близки к «идеальным» такие навыки, как вождение авто-мототранспорта, игра на музыкальных инструментах. Однако, что касается непосредственно волевых характеристик, то здесь картина совершенно иная. В среднем раз-

брос оценок составляет 1,5-2 балла. Наиболее позитивно оцениваются такие качества, как настойчивость, сдержанность, серьезность (разница составляет 1 балл).

Над этими цифрами стоит задуматься каждому сотруднику, а руководителям и особенно психологам-практикам ОВД использовать полученные данные в своей работе. Как видим, при хорошей организации психологической службы в практических органах можно существенно изменить положение в лучшую сторону.

На гистограмме представлены характеристики «идеального» и «реального» имиджа сотрудников органов внутренних дел, согласно оценке экспертов, по семи основным показателям указанным выше.



Существенную роль в формировании позитивного имиджа сотрудников органов внутренних дел играет социально-психологическая компетентность. В результате наблюдения и тестирования установлено, что сотрудники органов внутренних дел в своем подавляющем большинстве обладают недостаточной социально-психологической компетентностью [3].

Социально-психологическая компетентность сотрудников органов внутренних дел включает в себя:

- коммуникативную компетентность;
- перцептивную компетентность;
- интерактивную компетентность.

Таким образом, социально-психологическая компетентность имеет самое прямое отношение к «Я-концепции».

«Я - концепция» включает три измерения: реальное «Я», желаемое «Я», представляемое «Я».

«Я» складывается из социальных представлений, но затем оказывает влияние на самооценку, следовательно, на имидж любого человека, в том числе и сотрудников органов внутренних дел. Сформировавшееся под внешним влиянием «Я» приобретает самостоятельное значение и начинает выступать в качестве регулятора. Самооценка и самоуважение – наиболее важные регулятивные функции «Я». Следовательно, то, как человек рассматривает самого себя, является отражением того, что, по его мнению думают о нем другие, хотя совершенно не обязательно, чтобы они действительно так думали.

Имидж сотрудников органов внутренних дел во многом зависит от «ошибки» собственных «Я-образов» и социальных представлений со стороны различных групп, в том числе преступного мира. В свою очередь «Я-образ», сформированный в результате деформированного отношения извне, определяет содержание восприятия сотрудниками органов внутренних дел правопослушных граждан и правонарушителей.

Своеобразны стереотипы восприятия сотрудниками органов внутренних дел граждан. Со своей стороны граждане платят работникам МВД той же «монетой», т.е. предвзятостью, недоверием. Неудовлетворенность своим положением сотрудники ОВД проецируют на граждан, что также сказывается на их имидже. Властные полномочия нередко приводят к злоупотреблению служебным положением, унижению человеческого достоинства граждан. Разумеется, этот факт не может не сказаться на их имидже. В конечном счете, самым негативным фактором, оказывающим влияние на имидж сотрудников органов внутренних дел, является их профессиональная деформация.

Деформация затрагивает все сферы личности: интеллектуальную, волевую, нравственную, эмоциональную. В качестве крайнего комплексного проявления деформации личности можно назвать криминальную предрасположенность, криминальную установку и комплекс социально-профессиональной неадекватности личности сотрудника органов внутренних дел. Последний, выражается в виде различных синдромов: подкрепления властных полномочий, стяжательства-накопительства, личной исключительности, обойденности, опасения несостоятельности и других.

Итак, можно сделать следующие выводы:

1) средства массовой информации формируют «катастрофическое» сознание, что ухудшает фон для восприятия сотрудников органов внутренних дел;

2) социальные представления, выраженные в средствах массовой информации, более лояльны к сотрудникам органов внутренних дел по сравнению с оценками, полученными в ходе анкетного опроса населения (в обыденной ментальности имидж сотрудников ОВД более низок по сравнению с имиджем в средствах массовой информации);

3) выявлен ряд эффектов, которые говорят о неадекватности социальных представлений об имидже сотрудников органов внутренних дел. К числу эффектов социальных представлений относятся: эффект недоверия, эффект презрения, эффект продажности, эффект оглупления, эффект демонизации;

4) социальные представления о сотрудниках органов внутренних дел, транслируемые средствами массовой информации, содержат ряд эффектов, связанных с политической конъюнктурой: перекалыванием вины за состояние преступности на МВД. К числу таких эффектов можно отнести эффект «козла отпущения» - «куда смотрит милиция?»;

5) персонифицированный имидж сотрудников ОВД зависит от: внешних признаков, социально-психологической компетентности, профессиональной готовности, когнитивной сложности, состоянии ценностно-смысловой сферы и ряда других свойств;

6) для уволенных сотрудников органов внутренних дел по отрицательным мотивам характерен ряд специфических характеристик;

7) на имидж сотрудников органов внутренних дел негативно влияет их профессиональная деформация;

8) имидж сотрудников органов внутренних дел имеет историческую природу, связанную с ментальностью: это обстоятельство придает имиджу сотрудников ОВД достаточно устойчивый характер.

Ссылки и примечания:

1. Каузальная атрибутика - это интерпретация субъектов межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей.
2. Платонов К.К. О системе психологии. М., 1972. С. 186-210. Платонов К.К. Психологический практикум. М., 1980.
3. Сёмик А.А. Формирование личного позитивного имиджа сотрудника ОВД // Сб. научных трудов КЮИ МВД РФ. №3. Краснодар. 1998. С. 260- 267.

References (transliterated) and notes:

1. Causal attribution is an interpretation of the subjects of interpersonal perception of the causes and motives of other people.
2. Platonov K.K. O sisteme psikhologii. M., 1972. P. 186-210. Platonov K.K. Psikhologicheskij praktikum. M., 1980.
3. Syomik A.A. Formirovanie lichnogo pozitivnogo imidzha sotrudnika OVD // Sb. nauchnykh trudov KYUI MVD RF. No.3. Krasnodar. 1998. P. 260- 267.