

Мазаев Юрий Николаевич  
кандидат философских наук  
старший научный сотрудник

## **РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О МИЛИЦИИ**

Результаты исследований проблем социальных отношений населения и милиции, проведенные в 1998–2001 гг при участии автора, позволили выявить некоторые особенности позитивного отношения граждан к деятельности милиции<sup>1</sup>. Суть их заключается в следующих положениях:

– Граждане, которые главным образом используют информацию средств массовой коммуникации в качестве основного источника представлений о милиции, более благосклонно подходят к вопросу доверия ей, чем те, кто опирается на личный опыт.

– Положительную оценку деятельности милиции в основном дают люди, непосредственно не сталкивающиеся с ее конкретной работой, в частности, социально дистанцированные от милиции слои населения: пенсионеры, домохозяйки, жители сельской местности и др. Их оценки основаны на стереотипе положительного имиджа, созданного средствами массовой информации советского периода. В основе положительной оценки лежат консервативные взгляды на роль милиции (равно как и власти) в жизни общества, романтизация профессиональной деятельности милиционера.

– В целом положительная оценка деятельности милиции в настоящее время не отражает реальных отношений населения и милиции.

---

<sup>1</sup> Мазаев Ю.Н. Особенности формирования общественного мнения о деятельности органов внутренних дел//Преступность и общество: сборник научных трудов ВНИИ МВД РФ, М.,2002.

– В отличие от своей отрицательной составляющей, положительная оценка в меньшей степени подвержена изменению под воздействием внешних факторов социальной жизнедеятельности людей.

– Продуцировать и развивать (наращивать) положительную составляющую общественного мнения о деятельности милиции в идеале, возможно по двум направлениям.

Первое направление предполагает сохранение статус-кво в отношениях милиции и населения, удержания социальной дистанции, не вникая в суть социальных проблем в отношениях с населением, и иницируется органами внутренних дел. Цель данной стратегии – вызывать и поддерживать у населения чувства вины и подчиненности власти, опасения быть "привлеченными" за какое-либо (возможное) нарушение общественного порядка. Одновременно с этим должно осуществляться массированное пропагандистское воздействие через средства массовой информации и массовой культуры направленное на привлечение внимания граждан к тому, что милиция делает все возможное и даже больше, раскручивая сценарий проявления самоотверженности, высокого чувства долга, профессионализма и тому подобного у сотрудников милиции. Положительный результат данной стратегии парадоксален: чем меньше население будет непосредственно контактировать с милицией, тем выше будет оценена ее деятельность.

Второе направление основано на приведении к адекватности отношений населения и милиции с оценками ее деятельности. Для того, чтобы реально изменить ситуацию в сторону роста положительной составляющей оценки деятельности органов внутренних дел, нужна новая социальная стратегия. Контакты населения с милицией станут катализатором конструктивных социальных отношений и, как следствие, деятельность ее станет социально одобряемой и поддерживаемой тогда, когда от контроля и приоритета репрессивной функции органы внутренних дел перейдут к реальному обслуживанию социальных потребностей населения.

Общий вывод таков: в основе динамики позитивной составляющей оценки общественным мнением деятельности милиции лежит использование субъективно значимых обстоятельств взаимодействия населения с ее сотрудниками.

В настоящей статье внимание акцентируется на рассмотрении роли специфических коммуникативных эффектов в формировании положительной оценки населением работы милиции.

Целью исследования<sup>1</sup> стало выявление особенностей функционирования позитивного общественного мнения о милиции, связанных с информированностью населения о ее деятельности.

### **СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ НАСЕЛЕНИЯ, ПОЛОЖИТЕЛЬНО ОЦЕНИВАЮЩЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИЛИЦИИ**

Результаты исследования показали, что в среднем положительную оценку работе милиции дают около 40% граждан. Показатель этот устойчив и существенно не меняется на протяжении ряда лет, в очередной раз эмпирически подтверждая формулу: "к положительной оценке работы милиции в большей мере склонны граждане, традиционно относящиеся к социально пассивным слоям с небольшим объемом и широтой социальных контактов" (табл. 1).

Таблица 1

**Оценка работы милиции различными социальными слоями населения  
(в индексах)<sup>2</sup>**

Социальные слои и общности	Индекс оценки гражданами работы милиции(2002г.)
Горожане	0,01
Жители села	0,16
Рабочие	-0,04
Интеллигенция	-0,05
Неработающие пенсионеры	0,2
Граждане 16–29 лет	0,01
Граждане старше 50 лет	0,15

<sup>1</sup> Исследование выполнено по результатам массового опроса населения (1805 человек), проведенного в 6 регионах России в мае 2002г. по выборке, представляющей основные социально–демографические и социально–профессиональные группы граждан.

<sup>2</sup> Индекс оценки работы милиции– отношение разности положительных и отрицательных оценок к общей численности опрошенных по группам. Принимает значения от –1 (полное осуждение) до + 1(полное одобрение)

Можно вдеть, что, люди старше 50 лет более благосклонны к милиции, чем молодежь; неработающие пенсионеры более, чем рабочие и интеллигенция; сельские жители более, чем городские.

Анализ факторов, с которыми граждане связывают удовлетворительную оценку деятельности милиции, показал определенную специфику. (Табл. 2).

Таблица 2

**Характеристики типичных положительных и отрицательных черт, присущих современному сотруднику милиции**

(в % от числа опрошенных граждан, положительно оценивших работу милиции)

<b>Типичные положительные черты сотрудника милиции</b>	<b>Доля в %</b>	<b>Ранг по убыванию</b>	<b>Типичные отрицательные черты сотрудника милиции</b>	<b>Доля в %</b>	<b>Ранг по убыванию</b>
Высокий профессионализм	59	1	Грубость	49	1
Честность	36	2	Взяточничество	32	2
Смелость, отвага	33	3	Нечестность	29	4,5
Хорошая физическая подготовка	29	5	Жестокость	28	4,5
Умение оказывать влияние на людей	28	5	Пьянство	27	4,5
Уверенность в себе	28	5	Бескультурье	27	4,5
Доброжелательность к людям	23	7	Высокомерие	25	7
Чуткость, сострадание к людям	19	8	Физическая не подготовленность	15	8
Образованность, высокий уровень культуры	13	9	Злоба	14	9
Везучесть, удачливость	5	10	Алчность	12	10

Как видно из данных таблицы, даже граждане, в целом положительно оценившие работу милиции, далеко не единодушны в представлениях о положительных качествах ее сотрудников. Называемые ими качества еще не в достаточной мере объективированы и не стали достоянием массового сознания. Ни одна из предлагаемых к оценке характеристик не обладает

явным приоритетом, то есть, в полной мере не присуща сотрудникам милиции.

Вместе с тем, если условно попытаться смоделировать положительный образ сотрудника милиции, ограничившись наиболее типичными, по мнению респондентов, положительными чертами, то сегодня он будет соединять: профессионализм, честность, смелость, хорошую физическую подготовку. Таким образом, положительная оценка работы милиции детерминируется, главным образом, функциональными, а не личностными качествами сотрудника милиции. Современный положительный милиционер – это, своего рода, механизм осуществления правопорядка. В "портрет" положительного милиционера общественное мнение не включает субъективно–личностные, морально–этические компоненты. Примечательно также в этой связи, что граждане, затруднившиеся оценить работу органов внутренних дел (около 20% респондентов), вовсе не отказывают ее сотрудникам в положительных качествах. Более того, треть из них приписывает им в качестве типичных положительных качеств именно профессионализм, хорошую физическую подготовку, уверенность в себе, умение оказывать влияние на людей.

Констатация этого факта позволяет сделать два важных, на наш взгляд, умозаключения. Во–первых, положительная составляющая общественного мнения о милиции формируется в социальной среде, ориентированной на реализацию узко профессиональной, репрессивно–охранительной деятельности органов внутренних дел. Во–вторых, представители социальных слоев и групп граждан, составляющих основу населения, положительно оценивающего работу милиции, реально не взаимодействуют с ней.

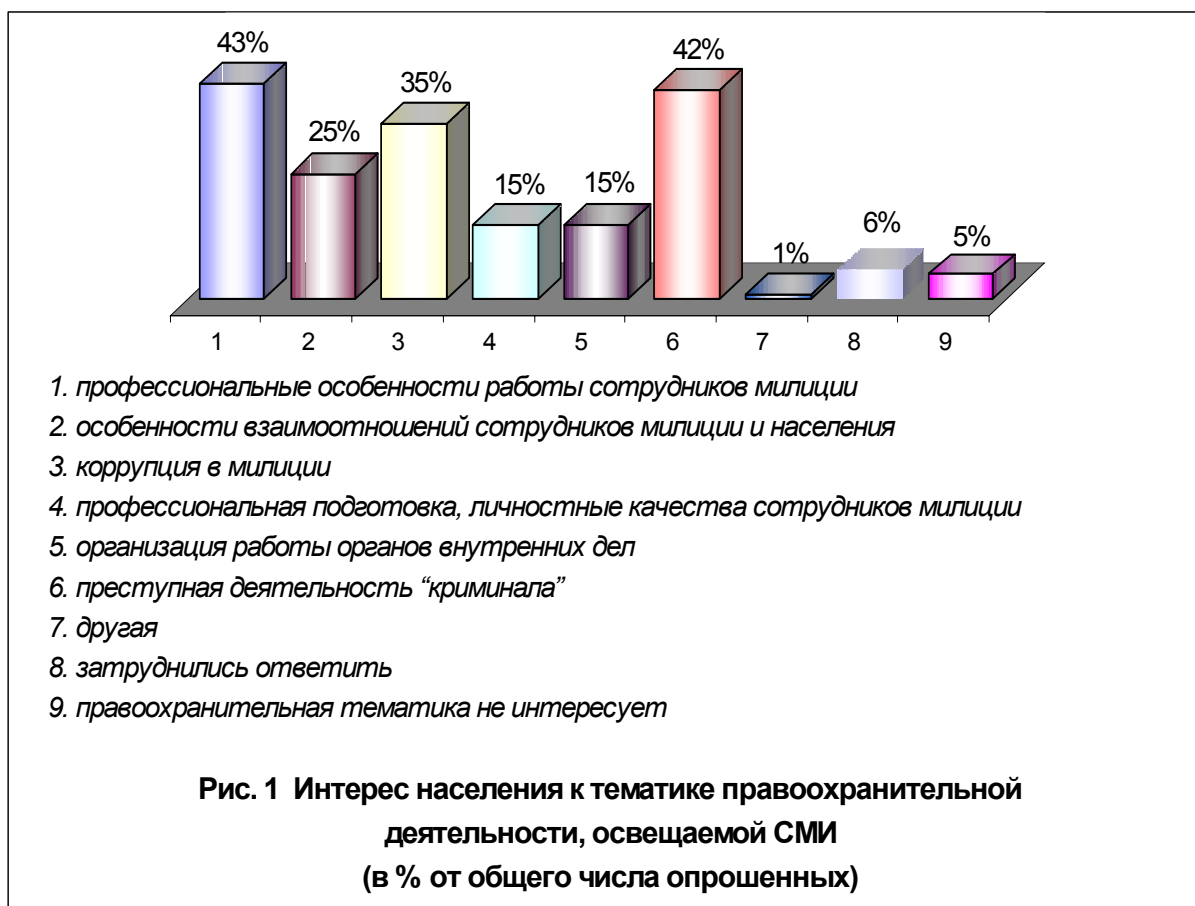
Среди типичных отрицательных качеств, присущих сотрудникам милиции, население, положительно оценивающее работу милиции, на первые места ставит характеристики (грубость, взяточничество, вымогательство, нечестность, жестокость), в принципе фиксируемые в результате не-

посредственных взаимоотношений людей. Таким образом, ставя положительную оценку работе милиции, значительная часть населения, очевидно, не принимает их во внимание. Этот, на первый взгляд, парадоксальный факт на самом деле еще раз подтверждает то, что формирование позитивной составляющей общественного мнения лежит вне сферы взаимодействия населения и милиции ибо, находясь в здравом рассудке, невозможно хвалить за то, что осуждаешь.

### **АУДИТОРИИ РАЗЛИЧНЫХ КОММУНИКАТОРОВ ИНФОРМАЦИИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИЛИЦИИ**

Исследование показало, что правоохранительная тематика, освещаемая в передачах телевидения, радио, в газетах, художественной литературе, привлекает интерес широких слоев населения (более 90% опрошенных интересуются информацией по правоохранительной тематике). Вместе с тем, можно видеть определенную избирательность в тематических пристрастиях граждан. Наиболее привлекательна информация, связанная с профессиональными особенностями работы сотрудников милиции, а именно, раскрытие преступлений, преступная деятельность криминала, обеспечение общественного порядка и безопасности граждан, коррупция в милиции, особенности взаимоотношений сотрудников милиции и населения. В меньшей мере вызывает интерес профессиональная подготовка, личные качества сотрудников милиции, организация работы органов внутренних дел (рис. 1).

Наибольший интерес к информации о профессиональной деятельности милиции отмечается у неработающих пенсионеров (50%), учащихся (45%), интеллигенции (45%). Наименьший – у рабочих (29%), безработных (33%), предпринимателей (32%). Отсутствие интереса к правоохранительной тематике свойственно в равной мере всем социальным слоям и группам населения (5–8%).



На наш взгляд, заслуживает внимания то, что наиболее проблемная тематика, связанная с взаимоотношениями населения и милиции, по приоритетности находится на четвертом месте. Очевидно, что интерес к работе милиции у населения формируется, главным образом, "информационно", возникает не на улицах, в общественных местах, а у телевизора, радиоприемника, за газетой.

Анализ масштабов и структуры аудитории граждан, обращающихся к различным источникам информации о милиции, показал их дифференцированную направленность. Наиболее многочисленная аудитория наблюдается у художественных телесериалов, практически от 70% до 90% телезрителей в той или иной мере смотрят телефильмы о милиции. Значительно меньше аудитория документальных телепередач. В среднем она составляет от 50 до 75%. Читают газеты с информацией по правоохранительной тематике в среднем 70% граждан. Обращаются к радиопередачам – около 50% (табл.3).

**Обращение населения к различным источникам информации  
о работе милиции**  
(в % от числа опрошенных)

Источники информации о работе милиции	Частота обращения*		
	Регулярная аудитория	Нерегулярная аудитория	Не обращаются
<b>Телепередачи ЦТ</b>			
«Независимое расследование»	27	48	25
«Человек и закон»	35	50	15
«Документальный детектив»	13	42	45
Ток-шоу «Слушается дело»	9	37	54
«Криминал»	31	41	29
«Чистосердечное признание»	20	41	39
«Внимание, розыск!»	18	43	39
«Совершенно секретно. Информация к размышлению»	30	43	27
«Криминальная Россия»	32	38	30
«Дорожный патруль, расследование»	23	47	30
«Самые громкие преступления XX века»	21	45	34
<b>Художественные телесериалы:</b>			
«Улица разбитых фонарей»	58	30	12
«Убойная сила»	63	26	11
«Каменская»	39	37	24
«Клетка»	24	31	45
«Бандитский Петербург»	41	32	27
Полицейские детективы (телесериалы)	27	44	29
Радиопередачи о работе милиции	9	43	48
Публикации центральных (местных) газет о работе милиции	19	52	29
Детективные романы, в которых описана работа милиции (А. Маринина, П. Дашкова, Д. Корецкий и др.)	24	41	35

\* регулярная аудитория – обращаются постоянно или довольно часто  
нерегулярная аудитория – обращаются иногда, очень редко

Данные таблицы свидетельствуют, что регулярная аудитория составляет от 15% до 30% по документальным источникам и от 40 до 70% по источникам художественной информации. Очевидно, что основная часть населения, в представлениях о милиции, оперирует художественным образом. Наиболее склонны к потреблению такого рода информации пенсионеры, безработные, учащиеся.

Главные побудительные мотивы обращения к информации о работе милиции – интерес к правоохранительной тематике (38%), интерес к детективному жанру (27%), интерес к приобретению опыта поведения в криминальных ситуациях. Таким образом, в мотивации обращения к инфор-



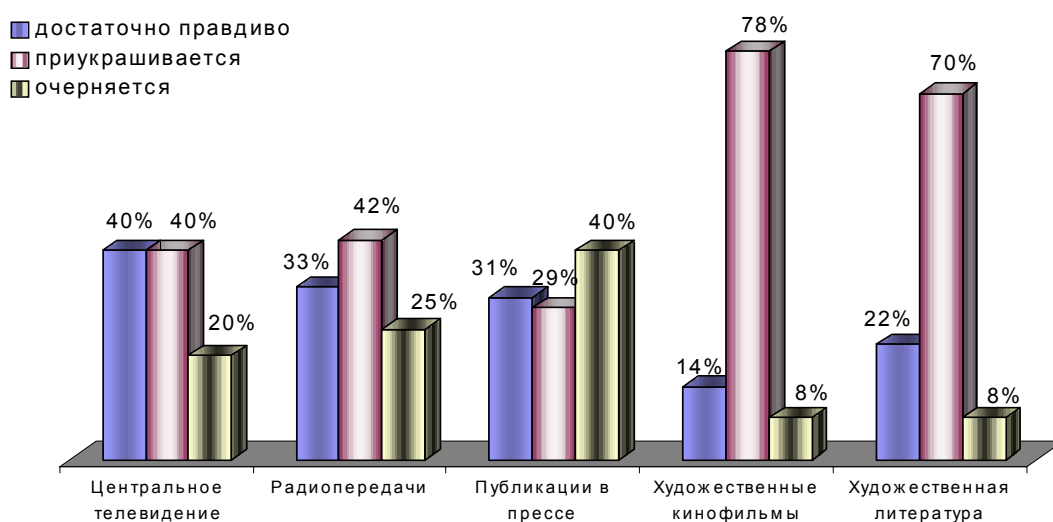
мации на правоохранительную тему перемежаются два главных мотива: познавательно–практический и развлекательный.

Интерес к информации правоохранительной тематики больше всего проявляется у пенсионеров (49%), безработных (44%), работников, занятых в сельском хозяйстве (40%), интерес к детективному жанру в большей мере распространен среди интеллигенции (31%), предпринимателей (29%).

## ВЛИЯНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ЭФФЕКТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОЙ ОЦЕНКИ РАБОТЫ МИЛИЦИИ

Гипотетически возможным фактором формирования положительной оценки деятельности милиции являются различные источники массовой информации, в том числе средства массовой информации (СМИ). Результаты опроса показали, что в оценке их роли среди населения нет единодушия. В среднем лишь около 35% граждан, обращающихся к СМИ, полагают, что деятельность милиции освещается достаточно правдиво, 37% считает, что она скорее приукрашивается и 28% – что она скорее очерняется.

Еще меньшее доверие население оказывает художественной литературе и художественным кинофильмам. Более 70% опрошенных граждан, обращающихся к этим источникам, считают, что они скорее приукрашивают работу милиции (рис.2).



**Рис. 2 Оценка освещения работы милиции различными источниками информации (в % от численности аудитории отдельных источников информации)**

Таким образом, уже по общим оценкам можно сказать, что население отказывается средствам массовой коммуникации в заметной роли положительного влияния на общественное мнение.

Насколько различные коммуникаторы отражают реальную правоохранительную деятельность милиции можно судить и по тому, как часто факты о работе милиции, которые население черпает из теле-радиопередач, прессы, художественной литературы и кинофильмов, находят подтверждение в жизни. Опрос показал, что такое подтверждение фактам положительного содержания регулярно находят лишь 42%, отрицательного – 60% граждан, составляющих аудиторию СМИ.

Показатели оценки степени правдивости освещения работы милиции различными источниками информации и степени подтверждения ее фактами из жизни находятся в определенной взаимосвязи. Здесь характерны два вектора, связанные с положительной или отрицательной информацией о милиции. Положительные факты о работе милиции не находят подтверждения у значительной части (67%) опрошенных, которые считают, что работа милиции приукрашивается. Напротив, у 68% респондентов находят подтверждение отрицательные факты. Среди опрошенных, по мнению которых работа милиции очерняется, положительные и отрицательные факты находят подтверждение в равной мере у 51% и 52% граждан и не находят подтверждение у 48% и 46%. Таким образом, у граждан, которые считают, что милиция работает лучше, чем ее изображают, оценка не детерминирована исключительно личным опытом. Очевидно, здесь возникают иллюзорные представления, и образ должной милиции выдается за действительность.

Анализ показывает, что милицию хотят видеть хорошей, сетуя на очерняющую ее информацию, практически в равной мере (14–17%) во всех социальных слоях и группах. Не обнаруживается социально детерминированного ядра этой общности, что позволяет выдвинуть предположение о нелюбви к СМИ в целом, а не в связи с информированием населения о ра-

боте милиции. Более того, значительная часть аудитории СМИ по правоохранительной тематике, считает, что средства массовой информации не являются референтом в освещении деятельности милиции. Среди тех опрошенных, которые полагают, что работа милиции приукрашивается, более половины (53%) ставят ей неудовлетворительные оценки и, наоборот, среди тех, кто считает, что деятельность милиции очерняется, 61% признают ее работу удовлетворительной (Табл.4).

Таблица 4

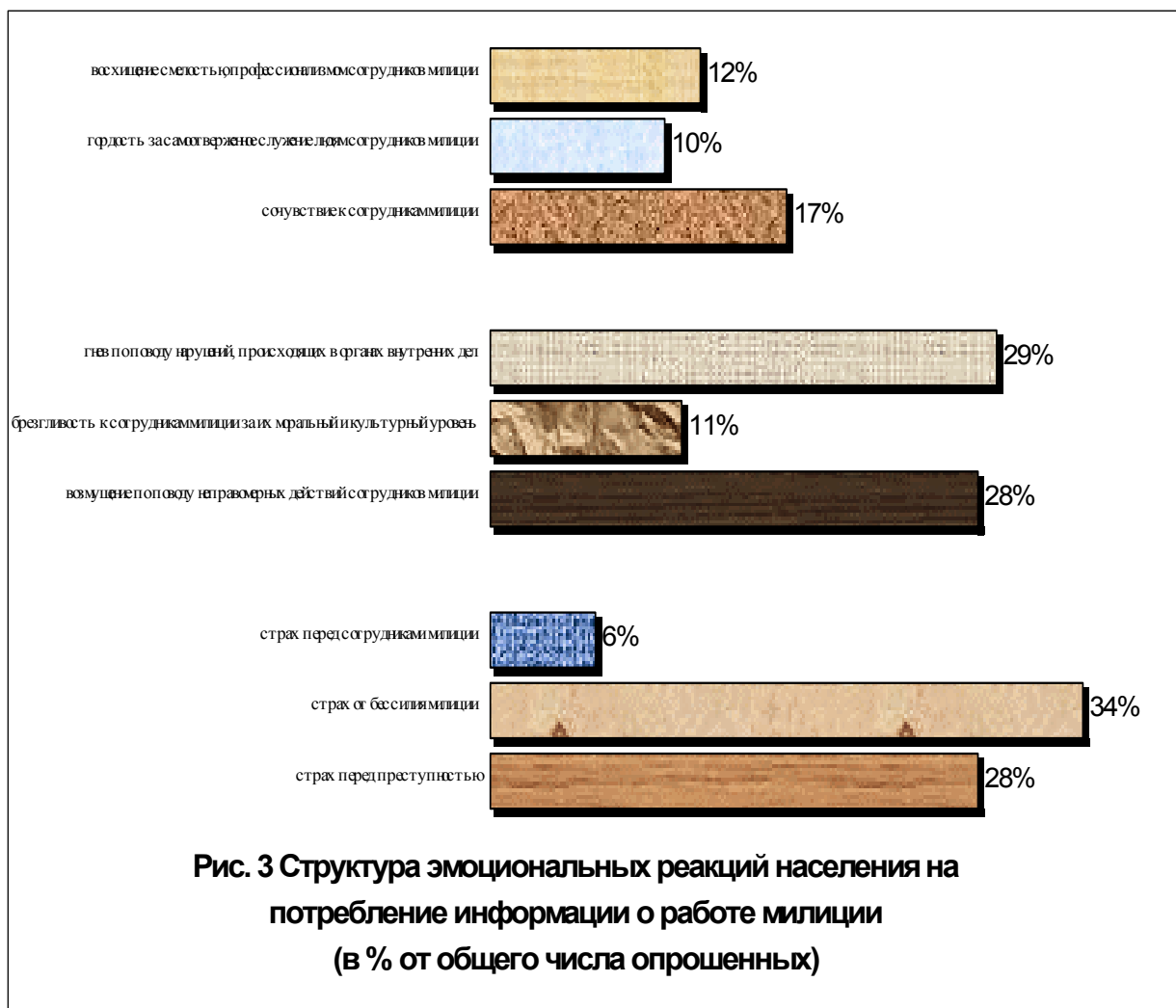
**Оценка населением работы милиции  
в зависимости от оценки роли СМИ в освещении ее деятельности**

Роль СМИ в освещении работы милиции	Оценка работы милиции (в % от численности аудитории СМИ по группам)	
	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Работа милиции освещается достаточно правдиво	52	33
Работа милиции скорее приукрашивается	34	53
Работа милиции скорее очерняется	61	25

Таким образом, часть населения, у которого объективно могла бы сформироваться оценка деятельности милиции под воздействием средств массовой информации, составляет 35%, причем, лишь половина таких граждан склонна к положительной оценке.

Важным результатом коммуникации в информировании населения выступают определенные чувства, настроения, мнения возникающие или подкрепляемые после прочтения (просмотра) материалов (передач), связанных с работой милиции.

Исследование показало, что освещение деятельности органов внутренних дел сопровождается довольно широким спектром перемежающихся чувств и настроений граждан. Тем не менее, можно выделить три типа эмоциональных состояний, связанных с положительными и отрицательными реакциями людей на информацию о милиции, расположив их в порядке от наибольшей распространенности (рис. 3).

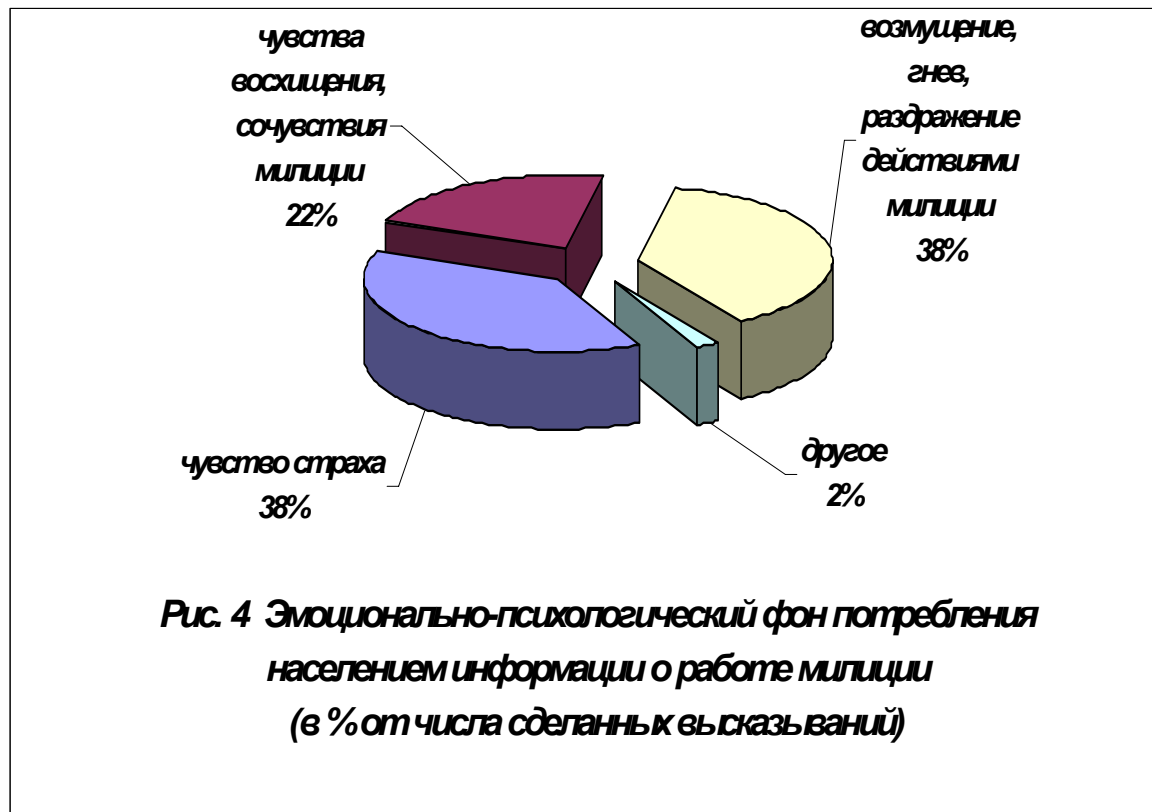


1. Тип. Эмоциональное состояние, характеризующееся чувством страха перед преступностью, от бессилия милиции в борьбе с ней. Распространено у трети населения примерно в равной мере во всех социальных группах.

2. Тип. Эмоциональное состояние, характеризующееся раздражением, гневом, безразличием по поводу нарушений, происходящих в органах внутренних дел, неправомерных действий их сотрудников. Аналогичные страху по масштабу и характеру распространности чувства.

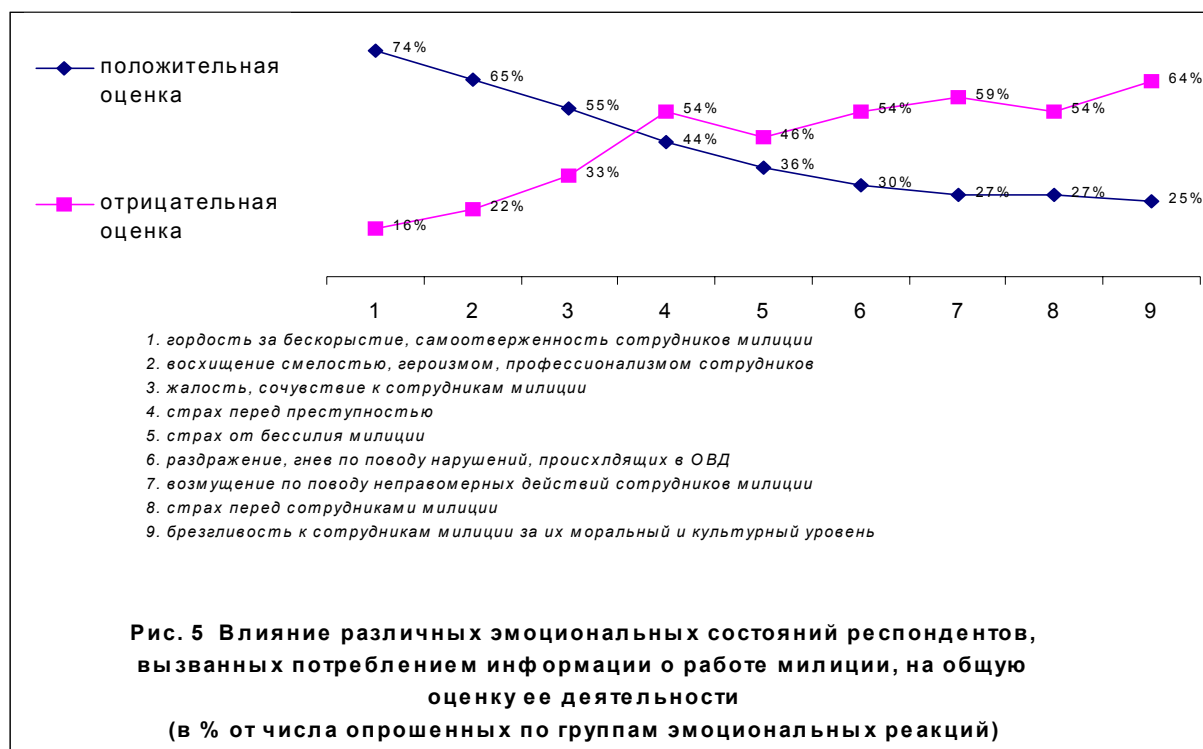
3. Тип. Эмоциональное состояние, связанное с гордостью, восхищением, сочувствием к сотрудникам милиции. Чувства, присущие от 12 до 19% граждан, в меньшей мере характерные для интеллигенции, предпринимателей, в большей – для рабочих и служащих, неработающих пенсионеров.

Если условно рассчитать удельный вес каждого типа состояний, с учетом их направленности, то на долю эмоционально отрицательных придется более 70% (рис. 4).



Можно заключить, что в процессе информирования населения о работе милиции продуцируются, главным образом, негативные коммуникативные эффекты.

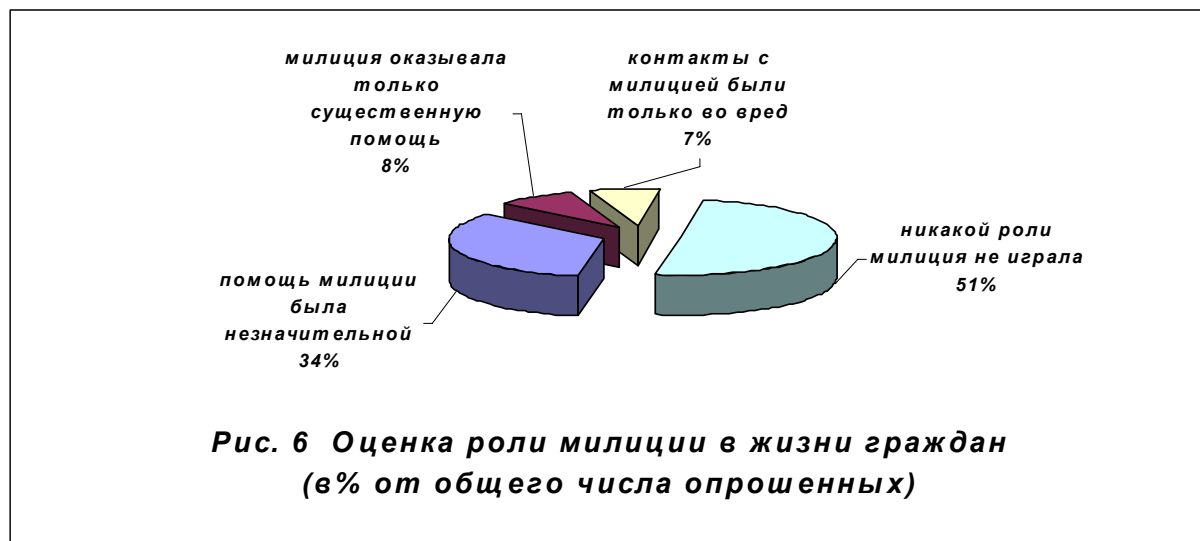
Анализ сопряжений эмоциональных состояний граждан с отношением их к работе милиции показал, что на формирование положительной оценки милиции наиболее сильно влияют чувство гордости за бескорыстное самоотверженное служение людям сотрудников милиции (индекс влияния 0,58), восхищение смелостью, героизмом, профессионализмом сотрудников милиции (0,43), сочувствие к сотрудникам милиции (0,22) (рис.5).



Принимая во внимание малую распространенность этих эмоциональных реакций в результате коммуникативного поведения населения, очевидно, что их роль в формировании положительного общественного мнения несущественна. Информация, получаемая гражданами о работе милиции, не вызывает у большинства из них ни чувства гордости, ни чувства восхищения, ни чувства сочувствия к сотрудникам милиции.

Напротив, активно продуцируемые информацией СМИ негативные эмоции, такие как, безразличие по отношению к сотрудникам милиции (индекс влияния на оценку  $-0,62$ ), возмущение по поводу неправомерных действий ( $-0,32$ ), страх перед сотрудниками милиции ( $-0,27$ ), раздражение по поводу нарушений, происходящих в органах внутренних дел потенциально способны оказать сильное отрицательное влияние на формирование общественного мнения. Вместе с тем, коллизия ситуации заключается в том, что, ни в случае с функционированием негативного общественного мнения, ни, тем более, позитивного, эта потенциальная возможность не реализуется. Причинами тому являются, как мы уже подчеркивали, во-первых, опосредованность процесса оценки деятельности милиции статусом, социальной и коммуникативной активностью населения, во-вторых, субъективной значимостью, а точнее, отсутствием таковой, оценки работы

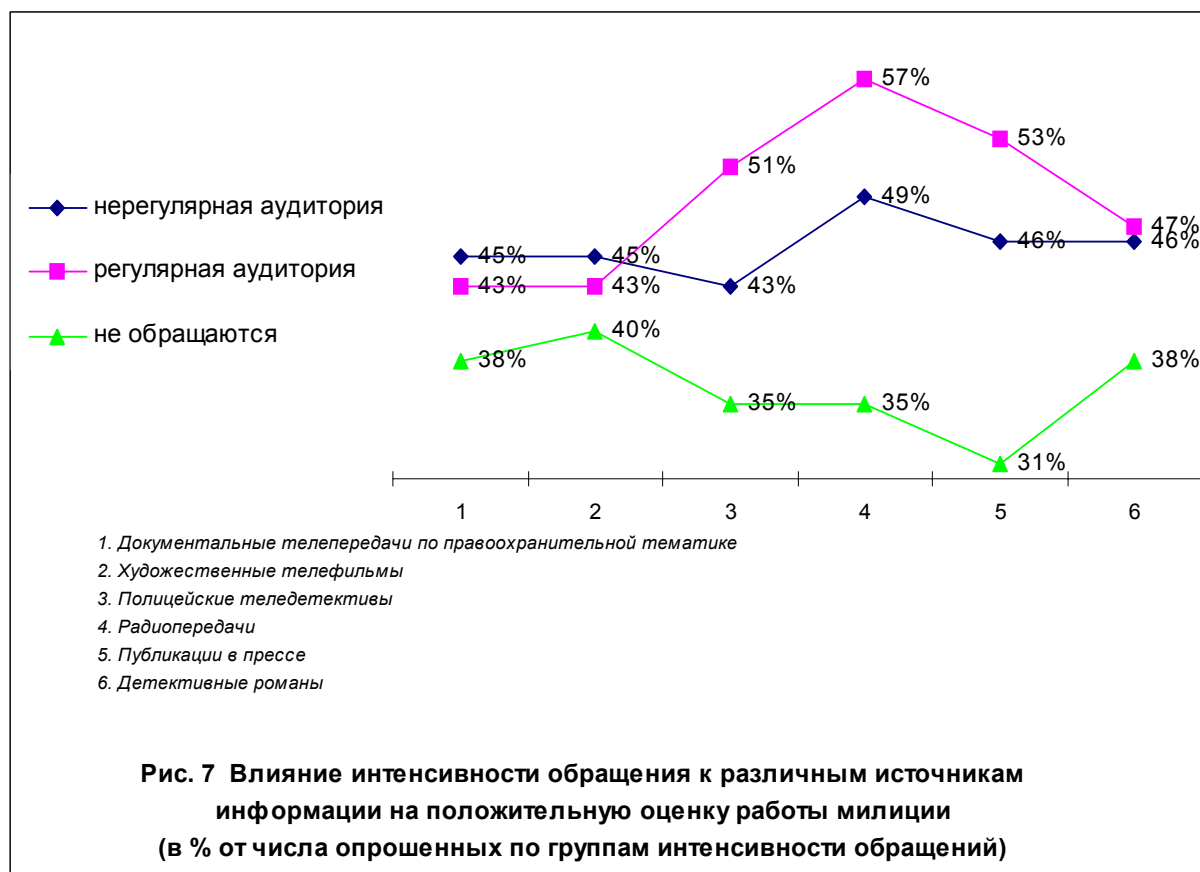
милиции в жизнедеятельности большей части населения. На вопрос об оценке роли милиции в Вашей жизни 50% граждан ответили, что "никакой существенной роли, ни положительной, ни отрицательной, милиция в жизни моей семьи до сих пор не играла" (рис. 6).



Анализ исследования влияния различных источников информации о милиции на общую оценку гражданами ее деятельности выявил несколько закономерностей. Главная из них: средства массовой коммуникации не являются прямым монопольным и определяющим фактором формирования положительного общественного мнения о работе милиции. Население, которое практически не обращается к источникам массовой коммуникации, информирующим о работе милиции (30–40% респондентов), имеет положительную оценку ее работы.

Наименьшее влияние, вопреки ожиданиям здравого смысла, на формирование положительной составляющей общественного мнения имеют передачи телевидения, причем, как документального, так и художественного содержания. Примерно одинаковые доли граждан, которые представляют регулярную аудиторию (43%), или вообще не смотрят эти телепередачи (38%), дают общую положительную оценку работе милиции. Аналогично слабое влияние оказывает информация, почерпнутая из детективных романов.

Наиболее сильное и дифференцированное влияние на формирование позитивной оценки милиции оказывает информация, получаемая коммуникантами, из радиопередач и прессы. На рисунке 7 отчетливо видно, как растет положительная составляющая оценки милиции в зависимости от интенсивности информационно–коммуникативного процесса.



Резюмируя приведенные факты можно заключить, что в формировании положительной оценки милиции значима и имеет вес та информация, которая требует рациональной переработки, к чему располагает жанр газетной публикации и аудио информации. К такой информации, на наш взгляд, обращаются именно те респонденты, которые относятся к ней критически и "потребляют" ее целевым образом, а именно, для формирования рационально–оценочных суждений. Телевизионная же информация, по-видимому, не воспринимается серьезно. Облеченная зачастую в форму игрового шоу, она удовлетворяет не рациональные, а эмоциональные потребности телевизионной аудитории. Люди, усаживаются перед телевизором отдыхать, получить эмоциональную встряску, "пощекотать" нервы



острым сюжетом, а не для решения проблем правоохранительной деятельности милиции.

Таим образом, регулярная аудитория телевидения, превышая аудиторию радио и прессы в 1,5–2 раза, перекрывает доступ рациональной составляющей формирования общественного мнения и снижает показатель позитивного отношения населения к милиции.

Характерной особенностью функционирования общественного мнения, как феномена массового сознания, является соединение в себе, подчас эклектическое, различных стереотипов. В исследовании респондентам было предложено согласиться или не согласиться с рядом наиболее распространенных из них. Анализ показал, что в отношении милиции в общественном мнении в некоторой степени преобладают отрицательные стереотипы (Табл. 5)

Таблица 5

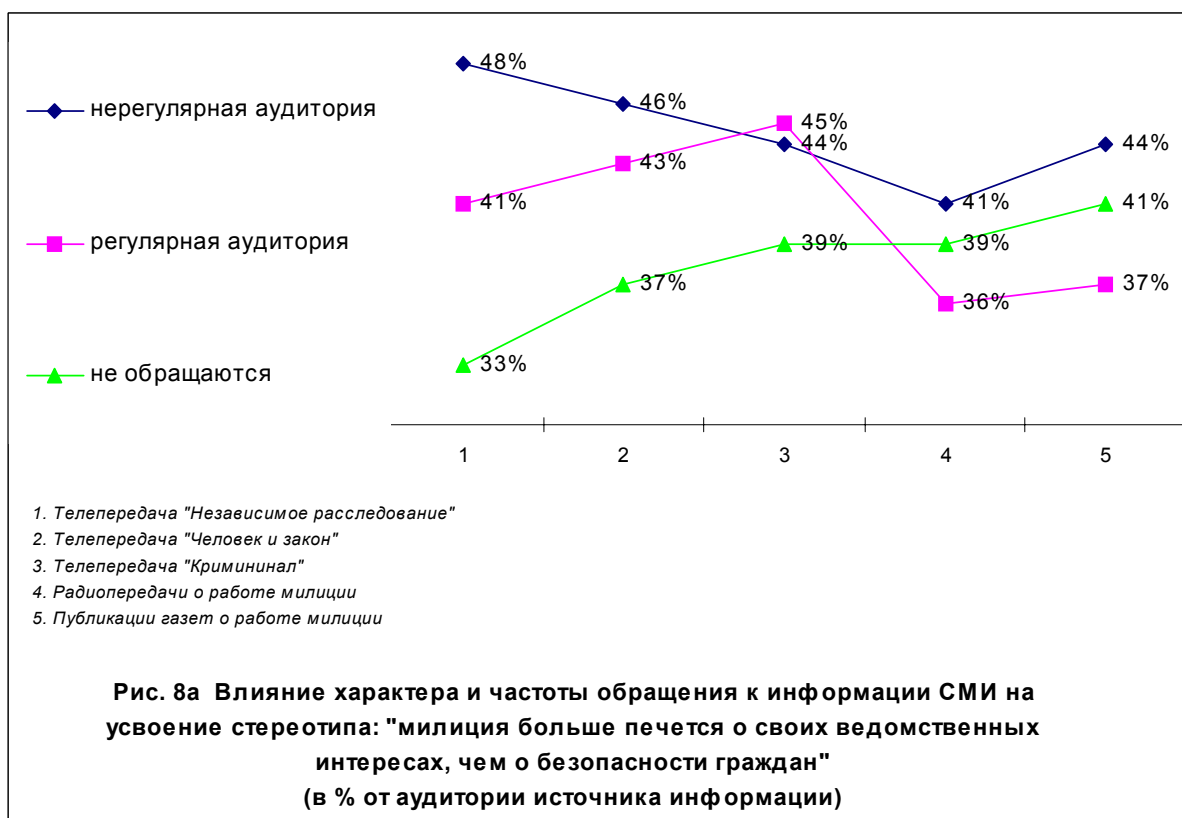
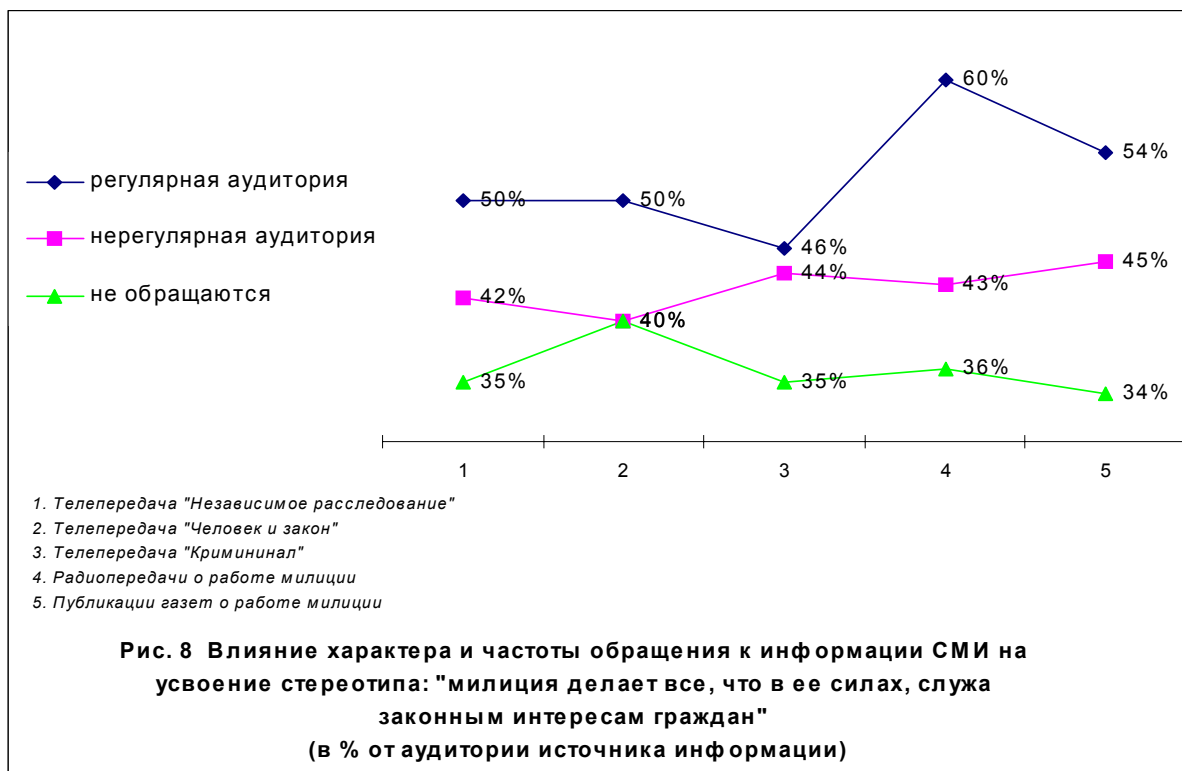
**Отношение населения к различным стереотипам массового сознания о милиции (в % общего числа опрошенных)**

Мнения о милиции	Отношение к стереотипу				
	Полностью согласен	В большей мере согласен, чем не согласен	В большей мере не согласен, чем согласен	Полностью не согласен	Затрудняюсь ответить
Милиция делает все, что в ее силах, служа законным интересам граждан	9	33	30	11	17
Милиция больше «печется» о своих ведомственных интересах, чем о безопасности граждан	14	31	26	9	20
В милиции в основном работают честные, преданные своему делу люди	6	32	32	10	20
Милиция погрязла в коррупции	18	24	25	10	23
В наше время удобно и выгодно иметь друзей среди сотрудников милиции	36	30	8	5	21
В силу непрофессионализма милиция не способна обеспечить порядок и безопасность граждан	14	29	29	11	17
Оказывать помощь милиции в расследовании правонарушений – значит подвергать себя опасности	16	29	23	9	23
Работник милиции, как «носитель власти», должен пользоваться большим уважением по сравнению с представителями других профессий	35	28	13	9	15
«Пристроить» ребенка в милицейский ВУЗ – значит обеспечить ему благополучное будущее	9	17	22	22	30

Наиболее широко распространены суждения о том, что "милиция больше печется о своих ведомственных интересах, чем о безопасности граждан" и "оказывать помощь милиции в расследовании правонарушений – значит подвергать себя опасности". Носителями этих стереотипов в равной мере выступают все социальные слои и группы, что свидетельствует об определенной дистанции в социальных отношениях между населением и милицией, где водоразделом проходит недоверие к милиции, ощущение гражданами своей незащищенности.

В наибольшей мере распространенными положительными стереотипами массового сознания являются представления о социальной исключительности и привилегированности сотрудников милиции. Более 60% населения согласны с тем, что милиционер, как носитель власти, "должен пользоваться большим уважением по сравнению с представителями других профессий" и что "в наше время удобно и выгодно иметь друзей среди сотрудников милиции". Очевидно, что подобные представления отнюдь не завоевание российской демократии, а, скорее, наследие советского периода, когда человек был всего лишь винтиком в механизме правоприменительной карательной практики органов внутренних дел. Вместе с тем потребность дружить с милиционером с ориентацией на выгоду, связана с реалиями пост-советского периода. Представители власти и сотрудники правоохранительных органов не в последнюю очередь, в сознании людей до сих пор "не слуги, а хозяева народа".

Анализ опосредованности масштабов распространения стереотипов массового сознания степенью включенности населения в коммуникативный процесс показал существенную роль средств массовой информации. На примере двух противоположно направленных стереотипов можно видеть, что их распространенность в значительной мере связана с потреблением информации о работе милиции (рис. 8 - 8а).



Можно видеть, что в регулярной аудитории средств массовой информации (среди тех, кто постоянно или довольно часто смотрит телепередачи, слушает радио, читает прессу по правоохранительной тематике) уровень усвоения стереотипов в 1,3–1,5 раза выше, чем в группах людей,

не обращающихся к информации о милиции. Позитивная направленность этого процесса характерна как для программ телевидения (+13%), так и радио (+24%), прессы (+20%).

Исследование показало явное влияние стереотипов массового сознания на формирование позитивной составляющей общественного мнения в оценке работы милиции. Среди граждан, разделяющих позитивные высказывания о милиции, большинство (более 60%) дают ей общую положительную оценку. Причем, чем примитивней и однозначней в толковании одобряемый тезис, тем масштабнее он продуцирует общую положительную оценку. Среди респондентов, разделяющих мнение о том, что "в милиции, в основном, работают честные, преданные своему делу люди", 76% в целом оценивают работу милиции положительно (Табл. 6)

Таблица 6

**Распределение положительных оценок населением работы милиции, в зависимости от его согласия или несогласия со стереотипом массового сознания (в % от числа опрошенных по группам, разделяющих и не разделяющих мнение)**

Мнения о милиции	Положительная оценка работы милиции	
	Респонденты, разделяющие мнение	Респонденты, не разделяющие мнение
Милиция делает все, что в ее силах, служа законным интересам граждан	70	17
Милиция больше «печется» о своих ведомственных интересах, чем о безопасности граждан	22	67
В милиции в основном работают честные, преданные своему делу люди	76	21
Милиция погрязла в коррупции	22	68
В наше время удобно и выгодно иметь друзей среди сотрудников милиции	61	43
В силу непрофессионализма милиция не способна обеспечить порядок и безопасность граждан	20	48
Оказывать помощь милиции в расследовании правонарушений – значит подвергать себя опасности	33	61
Работник милиции, как «носитель власти», должен пользоваться большим уважением по сравнению с представителями других профессий	51	31
«Пристроить» ребенка в милицейский ВУЗ – значит обеспечить ему благополучное будущее	44	44

В заключение необходимо отметить, что выявленные и описанные закономерности представляют, на наш взгляд, в большей мере научный, чем практический интерес. Они не характеризуют массовых социальных явлений. Анализ коммуникативных эффектов позволяет сегодня объективно лишь глубже понять природу функционирования позитивного общественного мнения, а не разработать механизмы его формирования.