

УДК 34  
DOI 10.36511/2078-5356-2020-2-144-148

**Боржеева Мария Александровна**  
**María A. Bargeeva**

помощник начальника управления по взаимодействию со средствами массовой информации —  
начальник пресс-службы

Управление Росгвардии по Нижегородской области (603093, Нижний Новгород, ул. Родионова, 47)

assistant to the head of the department for interaction with the media — head of the press service  
Department of the Russian Guard for the Nizhny Novgorod region (47 Rodionova st., Nizhny Novgorod,  
Russian Federation, 603093)

E-mail: maria2805@inbox.ru

## Юридические аспекты понятия имиджа правоохранительной системы

### Legal aspects of the concept of the image of the law enforcement system

В статье рассматриваются проблемы понятия имиджа правоохранительной системы. Основу этого понятия составляет юридическое содержание. Ядро имиджа правоохранительной системы формируется в законе. Однако само понятие имиджа правоохранительной системы не может быть закреплено в тексте закона. Оно проявляет себя в праве через другие понятия и конструкции.

**Ключевые слова:** имидж, правоохранительная система, присяга, судебная власть.

The article deals with the problems of the concept of the image of the law enforcement system. The basis of this concept is the legal content. The core image of the law enforcement system is formed in the law. However, the very concept of the image of the law enforcement system cannot be fixed in the text of the law. It manifests itself in law through other concepts and constructions.

**Keywords:** image, law enforcement system, oath, judicial power.

Что такое имидж правоохранительной системы современной России? Над этим вопросом сегодня задумываются представители многих научных отраслей. И, как ни парадоксально, но юристы здесь находятся далеко не на первых позициях. Имидж правоохранительной системы, если судить по диссертационным исследованиям и статьям, попавшим в поле нашего зрения, пока больше интересует философов, политологов, социологов и педагогов [1—4]. Правда, как мы видим из названий публикаций, приведенных в пример предыдущего тезиса, на правоохранительную систему в целом «имиджевого» научного любопытства не хватает. В зону неюридического интереса включаются лишь элементы этой системы: судебная система, уголовно-исполнительная система, органы внутренних дел либо более крупные фрагменты правоохранительной системы, например силовые ведомства [5]. Юристы же пока в большей мере озабочены проблемами имиджа объектов,

находящихся за рамками правоохранительной системы, например, правовой защитой имиджа предпринимателей [6] и «медийных персон» [7].

Вместе с тем, научные рассуждения неюристов об имидже разных блоков правоохранительной системы, а также размышления юристов об имидже, предметно правоохранительной системы не касающиеся, в своей совокупности помогают вскрыть определенные закономерности, тенденции и противоречия научного осмысления имиджа как объекта регулирования, способствующие выходу на юридические аспекты понятия имиджа правоохранительной системы.

Анализ этих тенденций, закономерностей и противоречий позволяет сделать вывод о том, что имидж правоохранительной системы — понятие многомерное, если не сказать больше — безразмерное. Такой аморфный объем этому понятию придает размытость внешних контуров и внутренних элементов исходного, претендующего на универсальность понятия имиджа как

некоего запрограммированного образа, специфической информационной оболочки. Причем, эта особенность, по нашему мнению, характеризует не изъяны понятия, а специфику самого феномена имиджа. Примечательно, что это исходное понятие, как правило, почитается всеми сферами научной деятельности, показывающими свое неравнодушие к конструкту имиджа в связи со своими отраслевыми потребностями. И даже новомодная наука «имиджеология» при всех своих стараниях, направленных на усложнение понятия имиджа, тем не менее сохраняет в своих дефинициях универсальное существо исходного понятия.

Об этом существе можно судить по определению, которое первым выдается на запросы поисковых систем: «Имидж (от англ. *image* — «образ», «изображение», «отражение») — это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается пиаром, пропагандой, рекламой с целью формирования в массовом сознании определенного отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые» [8].

Указание на то, что имидж представляет собой образ чего-либо или кого-либо является общим для различных энциклопедических определений [9]. Это может свидетельствовать об определенном концептуальном единстве в понимании сущности имиджа. Однако подобное концептуальное единство таит в себе и некоторые изъяны. Нередко отраслевые исследования имиджа становятся заложниками схемы, предлагаемой указанными словарями, и следуют сугубо в русле этих схем. А схемы эти предлагают не только простор для мысли, но и налагают вполне ощутимые интеллектуальные ограничения. Не случайно, что понятие имиджа правоохранительной системы развивается преимущественно по неюридическим направлениям. Эта неюридичность имиджа в немалой степени кодируется и этим общим понятием, в частности, его тесной связкой со специфическими информационными средствами формирования имиджа — пропагандой, рекламой и т. п. При подобном взгляде на технологию формирования имиджа может показаться, что в понятии имиджа нет и не может быть ничего, что связывало бы его с правом и наполняло юридическим содержанием.

Вместе с тем, при изучении неюридических трактовок понятия отдельных блоков правоох-

ранительной системы, мы нередко обнаруживали оговорку авторов о том, что данный имидж имеет свое юридическое содержание, которое заявляет себя ранее прочих аспектов имиджа. Так, И.Е. Романова пишет: «Сущностные характеристики имиджа судебной власти не исчерпываются юридическим содержанием. Формально-юридические аспекты имиджа неотделимы от духовно-нравственных основ человеческого бытия в широком смысле и непосредственно опираются на ценности демократической культуры [1, с. 11]. Тезис о том, что «сущностные характеристики имиджа судебной власти не исчерпываются юридическим содержанием» слово в слово воспроизводит в своей диссертации и В.Е. Серый [2, с. 10].

Из приведенных позиций, несмотря на их явно неюридическую установку, следует, что понятие имиджа судебной власти в первую очередь понятие юридическое, наполненное своим юридическим содержанием и обладающее своими формально-юридическими свойствами. Полагаем, что все эти заключения будут справедливы и в отношении понятия имиджа правоохранительной системы в целом.

Но в чем может выражаться это юридическое содержание имиджа правоохранительной системы? Каким образом правотворчество может участвовать в формировании этого содержания, если до сих пор оно так и не закрепило понятия имиджа в тексте нормативных актов?

Начнем с вопроса: почему понятие имиджа не закреплено в законодательстве? Гипотез по этому поводу может быть несколько. Но рвущееся в первые ряды предположение о нерадивости и нерасторопности законодателя мы сразу же отвергнем. Нам представляется, что отсутствие нормативного определения имиджа как некоего общего понятия обусловлено тем, что в правовом смысле весьма трудно дать дефиницию этой субстанции, которая не привязана к какой-либо отдельной отрасли человеческого бытия и не опосредована определенной формой общественных отношений. Имидж есть необычная социальная потребность, своеобразный нематериальный ресурс, специфическая манипулятивная практика с широким простором для творческой импровизации. Все эти замысловатые «узоры» феномена имиджа не позволяют заключить его в рамки нормативной дефиниции и навязать социуму его однообразное понимание через текст закона.

Подчеркнем, что речь идет именно о понятии имиджа в его буквальном выражении. В операциональном же смысле отдельные компоненты

имиджа проявляются в праве через другие более конкретные и измеряемые понятия, такие, например, как честь, достоинство, деловая репутация, товарный знак и т. д. Сам же имидж как предпосылка многих объектов, описанных и закреплённых в праве, остается для права явлением, образно говоря, неопишуемым.

Несмотря на то что имидж является серьезным инструментом влияния на определенные общественные отношения, он не может быть внятно описан и тем более процедурно воплощен в праве. Все это относится и к понятию имиджа правоохранительной системы и отдельных ее элементов. Не случайно, что почти все предложения по формированию имиджа правоохранительных структур, как правило, уходят в область различных креативных информационных технологий, предполагающих определенную свободу творчества. В этом смысле понятие имиджа можно сравнить с понятием информации, которое составляет методологическую основу многих юридических понятий (доказательство, документ и т. д.), но самостоятельно специально в праве не определяется.

Однако вывод о том, что понятие имиджа не может быть закреплено в праве, равно как не могут быть закреплены и дефиниции понятий «отраслевых» видов имиджа, не означает, что юридическая наука должна отказаться от их разработки. Напротив, эти понятия (понятие имиджа правоохранительной системы одно из них) должны разрабатываться. И не только ради теоретического интереса, но и в сугубо функциональном смысле. Несмотря на то что мы придерживаемся мнения, что для понятия имиджа правоохранительной системы пока нет определенного места в законе, мы без всяких сомнений полагаем, что для этого понятия есть своя ниша в юридической науке. Иными словами, понятие имиджа правоохранительной системы не может быть правовым, но оно может служить развитию права, которое непосредственно участвует в формировании и поддержании этого имиджа, прямо это не декларируя. Таким образом, можно говорить о том, что отсутствие нормативного определения понятия имиджа правоохранительной системы не мешает присутствовать этому понятию в праве в форме буквально не проявленной, но функционально вполне опознаваемой.

Имидж правоохранительной системы понятие в первую очередь юридическое и только потом информационно-творческое. Авторы, ставящие во главу угла юридическое содержание

имиджа правоохранительной системы (в частности, имиджа силовых структур), обращают внимание на то, что все разговоры о нюансах и хитросплетениях имиджа ничего не стоят, если не выполняется или плохо выполняется основная функция правоохранительных органов. «Залогом успешной работы по созданию репутации силовой структуры, — пишет И.С. Окс, — будет ее эффективное функционирование в сфере основного функционального предназначения. Другими словами, различные виды коммуникации являются вторичными по отношению к принципам и технологиям работы организации. Ядро имиджа составляют параметры основной деятельности» [5, с. 191].

Последний тезис в приведенной цитате представляет отличную формулу, которая после небольшой доработки под цели нашего научного интереса может звучать так: «ядро имиджа правоохранительной системы составляют основные параметры правоохранительной деятельности». Но где формируется это ядро имиджа? Конечно же, в тексте закона. Мы полагаем, что изначально образ (он же имидж) правоохранительной системы, а точнее отдельных ее элементов, создается в соответствующих «именных» законах, таких как законы о полиции, о федеральной службе безопасности, о прокуратуре, о судебной системе и т. д.

Эти «именные» законы о конкретных правоохранительных органах — это тоже образ, образ нормативный, инструктивный и в определенном смысле этический и эстетический. «Именные» законы — это не только руководство к действию и провозглашение правового статуса, но еще и определенная декларация о намерениях системы и пакт о доверии к ней, адресованные гражданам с различной социальной ориентацией.

В этих «именных» законах есть нормы, которые вполне можно назвать имиджевыми. В первую очередь, это положения, закрепляющие принципы, задачи, основные полномочия, возникающие на линии соприкосновения правоохранительной системы и общества. Не случайно противники позитивного имиджа правоохранительной системы иногда бьют не по правоприменительной практике, а наносят удары по нормативным положениям, являющимся предпосылками законности этой практики. Точнее, выхватывают эти положения, порой еще только обсуждаемые, из общего контекста закона и сложившихся правоохранительных традиций и превращают их в «страшилку» для

общества. Так, например, в последнее время муссируется информация о грядущем расширении полномочий полиции, касающихся применения оружия. Так вот отдельными пропагандистами сами эти предполагаемые нормативные положения трактуются как разрешение полиции применять огнестрельное оружие едва ли не по своему усмотрению и настроению. Причем, информация преподносится таким образом, будто сами сотрудники полиции ждут не дождутся, когда же им наконец расширят эти полномочия. Многим гражданам, на которых и нацелена эта «антиимиджевая» информация, невдомек, что широкие полномочия по применению оружия законом для полиции установлены давно и что сами эти положения вовсе не являются предпосылкой для злоупотреблений. Как видим, нет еще ни дел, ни поступков, а есть лишь только информационный намек на изменения в «именном» законе, но этот намек уже определенным образом воздействует на имидж полиции.

Таким образом, право через свои нормы формирует имидж правоохранительной системы даже более, чем конкретная правоохранительная деятельность. «Имиджевые осечки» деятельности могут рассматриваться как констатация случайности, как «эксцесс исполнителя», а вот «имиджевые промахи» закона более напоминают разоблачение коварной законности.

Но в «именных» законах могут случаться не только имиджевые промахи, пробелы или поводы для «антиимиджевой» интерпретации. В этих законах вполне может найтись и место для позитивных «имиджевых» катализаторов. В качестве примера можно привести текст присяги прокурора, закрепленный в законе «О прокуратуре». Это по-настоящему «имиджевая» присяга, демонстрирующая намерение искреннего служения высоким идеалам. Остальные правоохранительные ведомства имеют более компактные и не такие эмоциональные тексты. Однако сам текст присяги выполняет свою позитивную «имиджевую» функцию лишь тогда, когда положения закона подкрепляются реальной правоохранительной деятельностью.

Таким образом, имидж правоохранительной системы формируется в плотном взаимодействии права и правоприменительной деятельности. Право и деятельность здесь также тесно переплетаются как форма и содержание. И тем не менее главные концепты имиджа находятся не в сфере практического творчества, а в сфе-

ре юридического законотворчества. Именно по этому необходимо тщательно развивать научное направление, отвечающее за исследование юридических проблем имиджа правоохранительной системы.

### Примечания

1. Романова И.Е. Имидж судебной власти как ценность демократической культуры: дис. ... канд. филос. наук. Тюмень, 2006.
2. Серый В.В. Имидж Судебной власти в России как отражение социально-политических процессов: автореф. ... канд. полит. наук. М., 2011.
3. Шурыгина Е.Г. Изменение социально-культурного статуса института суда в современном российском обществе: коммуникативные компоненты легитимации: автореф. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2009.
4. Каданцева Н.П. Имидж сотрудников органов внутренних дел: история и направления развития // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2012. № 3 (55). С. 183—186.
5. Окс С.И. Технологии формирования имиджа силовых структур // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 2. С. 190—197.
6. Харитонов Ю.С. Правовые механизмы защиты имиджа коммерсанта // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2016. Вып. 34. С. 551—460.
7. Титова Т.А. Имидж: возможна ли правовая защита? // Система ценностей современного общества. 2010. № 14. С. 210—215.
8. URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 25.04.2020).
9. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/138110> (дата обращения: 25.04.2020).

### References

1. Romanova I.E. The image of the judiciary as a value of democratic culture. Dissertation... candidate of philosophical sciences. Tyumen, 2006. (In Russ.)
2. Seryoi V.V. The Image of the Judicial power in Russia as a reflection of socio-political processes. Author's abstract... candidate of political sciences. Moscow, 2011. (In Russ.)
3. Shurygina E.G. Changing the socio-cultural status of the court Institute in modern Russian society: communicative components of legitimation. Author's abstract... candidate of sociological sciences. Rostov-on-Don, 2009. (In Russ.)
4. Kadantseva N.P. Image of employees of internal Affairs bodies: history and directions of development. *Bulletin of the Saint Petersburg University of the Ministry of internal Affairs of Russia*, 2012, no. 3 (55), pp. 183—186. (In Russ.)

5. Oks S.I. Technologies of forming the image of power structures. *Bulletin of the Voronezh state University. Series: Philology. Journalism*, 2010, no. 2, pp. 190—197. (In Russ.)

6. Kharitonova Yu.S. Legal mechanisms for protecting the merchant's image. *Bulletin of Perm University. Legal Sciences*, 2016, issue 34, pp. 551—460. (In Russ.)

7. Titova T.A. Image: is legal protection possible? *The value system of modern society*, 2010, no. 14, pp. 210—215. (In Russ.)

8. URL: <https://ru.wikipedia.org> (accessed 25.04.2020). (In Russ.)

9. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/138110> (accessed 25.04.2020). (In Russ.)