

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БАС ПРОКУРАТУРАСЫНЫҢ
ЖАНЫНДАҒЫ ҚҰҚЫҚ ҚОРҒАУ ОРГАНДАРЫНЫҢ АКАДЕМИЯСЫ

ЖОҒАРҒЫ ОҚУ ОРНЫНАН КЕЙІНГІ БІЛІМ БЕРУ ИНСТИТУТЫ

КАМЗИНА ГУЛЬЖАН МУХТАРКАНОВНА

Полицияның халық арасындағы сенім деңгейі мен оның имиджін
арттыру жөніндегі қызметін жетілдіру

7М04203 «Құқықтану» (ғылыми-педагогикалық бағыт) білім беру
бағдарламасы бойынша заң ғылымдарының магистрі дәрежесін алуға
диссертация

Ғылыми жетекші:
жалпы заң пәндері
кафедрасының профессоры,
А.Ш. Ещанов
заң ғылымдарының докторы,
аға әділет кеңесшісі

Қосшы қ., 2025 ж.

ТҮЙІНДЕМЕ

Магистрлік диссертация полицияның имиджін және халықтың сенім деңгейін арттыруға бағытталған қызметті жетілдіруге арналған. Зерттеу барысында ішкі істер органдарының жұмысындағы өзекті мәселелер талданып, олардың қызметін реттейтін нормативтік-құқықтық база мен шетелдік тәжірибе қарастырылды. Жинақталған деректер негізінде халықтың ПО деген сенімін арттыруға және полицияның оң имиджін қалыптастыруға бағытталған тиімді шешу жолдары ұсынылды.

Зерттеу нәтижесінде полиция қызметінің ашықтығы мен қоғаммен өзара іс-қимыл тетіктерін жетілдіру, сондай-ақ қызметкерлердің кәсіби біліктілігін арттыру бойынша шаралар әзірленді. Ұсынылған ұсыныстар ПО қызметін реформалау үдерісінде пайдалануға мүмкіндік береді.

РЕЗЮМЕ

Магистерская диссертация посвящена совершенствованию деятельности, направленной на повышение имиджа полиции и уровня доверия населения. В ходе исследования были проанализированы актуальные проблемы в работе органов внутренних дел, рассмотрены нормативно-правовая база, регулирующая их деятельность, и зарубежный опыт. На основе собранных данных были предложены эффективные решения, способствующие укреплению доверия к ОВД и формированию положительного имиджа полиции.

В результате исследования были разработаны меры по повышению открытости полиции, совершенствованию механизмов взаимодействия с обществом, а также повышению профессиональной квалификации сотрудников. Предложенные рекомендации могут быть использованы в процессе реформирования деятельности ОВД.

SUMMARY

The master's thesis is dedicated to improving activities aimed at enhancing the image of the police and increasing public trust. The study analyzed current issues in the work of internal affairs bodies, reviewed the regulatory legal framework governing their activities, and examined international experience. Based on the collected data, effective solutions were proposed to strengthen public trust in the internal affairs bodies and to build a positive image of the police.

As a result of the research, measures were developed to increase police transparency, improve mechanisms of interaction with society, and enhance the professional qualifications of personnel. The proposed recommendations can be used in the process of reforming the activities of the internal affairs bodies.

3
МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР	4
АНЫҚТАМАЛАР.....	5
БЕЛГІЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР.....	6
КІРІСПЕ	7
1. ХАЛЫҚ АРАСЫНДА ОНЫҢ ИМИДЖІ МЕН СЕНІМ ДЕҢГЕЙІН АРТТЫРУ ЖӨНІНДЕГІ ПОЛИЦИЯ ҚЫЗМЕТІНІҢ ТАРИХИ ТӘЖІРИБЕСІ МЕН ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ	
1.1 Полицияның қоғаммен байланыс қызметтерінің жұмыс істеуін ұйымдастырушылық-құқықтық қамтамасыз етудің тарихи тәжірибесі.....	13
1.2 Халық арасында полиция қызметкерлеріне деген сенім деңгейін арттыру мәселесі бойынша шетелдік тәжірибе.....	22
2. ПОЛИЦИЯ ҚЫЗМЕТІ ТУРАЛЫ ТЕРІС СТЕРЕОТИПТІҢ СЕБЕПТІК КЕШЕНІ ЖӘНЕ ОНЫ ЖЕҢУДЕГІ БАҚ РӨЛІ	
2.1 Полиция қызметі туралы теріс стереотиптің пайда болуының негізгі себептері	30
2.2 Халықтың полиция туралы сенімін қалыптастыруда ықпал ету құралы ретінде БАҚ ресурстарын пайдалану тетігінің тиімділігін талдау.....	35
3. ХАЛЫҚ АРАСЫНДА ПОЛИЦИЯНЫҢ ИМИДЖІ МЕН СЕНІМ ДЕҢГЕЙІН АРТТЫРУ ЖӨНІНДЕГІ ҚҰҚЫҚТЫҚ ЖӘНЕ ҰЙЫМДАСТЫРУШЫЛЫҚ ШАРАЛАРДЫ ЖЕТІЛДІРУДІҢ НЕГІЗГІ БАҒЫТТАРЫ	
3.1 Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру бойынша теориялық-құқықтық негіздерді жетілдіру.....	41
3.2 Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру бойынша ұйымдастырушылық-практикалық шараларды жетілдіру.....	51
ҚОРЫТЫНДЫ.....	62
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕРДІҢ ТІЗІМІ.....	66
ҚОСЫМШАЛАР.....	72

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

- 1 Қазақстан Республикасының Конституциясы (1995 жылғы 30 тамыздағы республикалық референдумда қабылданған) (19.09.2022 ж. жағдай бойынша өзгерістер мен толықтырулармен)
- 2 ҚР «Қазақстан Республикасының Ішкі істер органдары туралы» 2014 жылғы 23 сәуірдегі № 199-V ҚРЗ Заңы (11.09.2022 ж. жағдай бойынша өзгерістер мен толықтырулармен)
- 3 «Құқық қорғау қызметі туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 6 қаңтардағы № 380-IV Заңы (22.01.2025 ж. жағдай бойынша өзгерістермен және толықтырулармен)
- 4 «Мемлекеттік қызмет туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 6 қаңтардағы № 380-IV Заңы
- 5 Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII Заңы
- 6 Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексі (Жалпы бөлім), Қазақстан Республикасының Жоғарғы Кеңесі 1994 жылғы 27 желтоқсанда қабылдады (01.09.2024 ж. жағдай бойынша өзгертулер мен толықтырулармен)
- 7 Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы 2014 жылғы 5 шілдедегі № 235-V кодексі (13.03.2025 ж. жағдай бойынша өзгерістермен және толықтырулармен)
- 8 Қазақстан Республикасы Президентінің Жарлығы Құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау органдары қызметкерлерінің Әдеп кодексін бекіту туралы қорғау және Қазақстан Республикасының Мемлекеттік фельдъегерлік қызметі (17.11.2023 жылғы өзгерістер мен толықтырулармен)

АНЫҚТАМАЛАР

Сурет	– жарнама, танымал ету және т. б. мақсатында біреуге эмоционалды және психологиялық әсер етуге арналған қандай да бір тұлғаның, заттың, құбылыстың мақсатты түрде қалыптасқан бейнесі (бұқаралық ақпарат құралдары, әдебиет және т. б.).
Беделі	– біреу туралы, оның қасиеттері, артықшылықтары, кемшіліктері негізінде қалыптасқан қоғамдық пікір.
Public Relations	– қоғамдық ұйымдармен коммерциялық емес байланыстар, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы қоғамдық пікірге әсер ету жүйесі.

БЕЛГІЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

АСД	Ақпараттық саясат департаменті
АҚШ	Америка Құрама Штаттары
ҚР ҚБҰА	Қазақстан Республикасының қоғаммен байланыстар жөніндегі ұлттық ассоциациясы
БАҚ	бұқаралық ақпарат құралдары
ҚБК	Қазақстандық Баспасөз Клубы
КСРО	Кеңестік Социалистік Республикалар Одағы
НҚА	Нормативтік құқықтық акт
ҚР	Қазақстан Республикасы
ЖШС	Жауапкершілігі шектеулі серіктестік
ҚР ІІМ	Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігі
ІІО	Ішкі істер органдары

Жүргізілетін зерттеудің өзектілігі. Қоғамның құқық қорғау органдарына деген сенімі-құқықтық тәртіптің тиімді жұмыс істеуінің және мемлекеттік деңгейде қауіпсіздікті қамтамасыз етудің негізгі элементі. Ақпаратты таратуда ақпараттық технологиялар мен әлеуметтік желілер маңызды рөл атқаратын қазіргі әлемде полицияның имиджі және оның халықпен қарым-қатынасы табысты жұмыстың маңызды факторларына айналууда. Азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенім деңгейін арттыру ішкі істер органдары жүйесін реформалау және құқықтық тәртіпті нығайту үшін ең өзекті міндеттердің бірі.

Бұл саладағы полиция қызметін жетілдіру қылмысқа қарсы күресті ғана емес, сонымен бірге халықпен өзара іс-қимылдың жаңа нысандарын дамытуды, қызметкерлердің кәсібилігін арттыруды, олардың моральдық-әдеп нормаларын жақсартуды және олардың жұмысында ашықтық атмосферасын құруды қамтиды. Полиция қызметкерлерін қоғам қуғын-сүргін күші ретінде емес, азаматтардың қауіпсіздігі мен құқықтарын қорғауды қамтамасыз ететін заң және тәртіп сақшылары ретінде қабылдауы маңызды.

Бұл үдеріс құқық қорғау органдарының ішкі мәдениетін жақсарту, заманауи технологияларды пайдалану, азаматтарға қызмет көрсету мен оның сапасын арттыруды қамтамасыз ету, сондай-ақ жүйе ішіндегі сыбайлас жемқорлыққа және басқа да жағымсыз құбылыстарға қарсы күрес сияқты ұйымдастырушылық-практикалық шараларды қамтитын кешенді тәсілді талап етеді. Мұндай іс — шаралардың негізгі мақсаты-халықтың сенімін нығайтуға және құқық қорғау органдарының имиджін арттыруға ықпал ететін полицияның тиімді, әділ және ашық жұмысын құру.

2023 жылғы маусымда ҚР ІІМ алқасының отырысында ҚР Президенті Қ.К. Тоқаев «...жұртшылықтың көз алдында полиция қылмыстың алдын алатын және заңның нақты орындалуын қамтамасыз ететін сенімді қорғаныс, тірек, күш ретінде қабылдануы керек. Алайда, бүгінде полицияның имиджі мен халық арасындағы беделі бұл идеалға сәйкес келмейтінін өкінішпен айту керек» [1].

Бұл жұмыста полицияның имиджін және халық арасындағы сенім деңгейін арттыру мақсатында оның қызметін жетілдіру үшін қандай нақты қадамдар жасалуы мүмкін, сондай-ақ қоғамдық мүдделерге бағдарланған және азаматтармен белсенді өзара іс-қимылға дайын «жаңа» полицияны қалыптастыруға қандай шаралар ықпал ететіні қарастырылатын болады.

Соңғы онжылдықтарда бірқатар елдерде, соның ішінде Қазақстанда наразылықтың өсу үрдісі және халықтың құқық қорғау органдарына деген сенім деңгейінің төмендеуі байқалады.

Азаматтардың полиция жұмысынан көңілі қалуы сыбайлас жемқорлық, құқық қорғау органдарының қызметкерлері тарапынан зорлық-зомбылық көріністерімен, сондай-ақ полиция әрекеттерінің ашықтығының жеткіліксіздігімен байланысты. Полицияға сенімсіздік құқықтық тәртіп пен

қауіпсіздікті қамтамасыз ету міндеттерін едәуір қиындатады, өйткені ол құқық қорғау органдары мен азаматтар арасындағы ынтымақтастықтың тиімділігін төмендетеді. Құқық қорғау құрылымдарын демократияландыру мен ізгілендірудің жаһандық және ұлттық тенденциялары аясында полицияны реформалаудың шұғыл қажеттілігі бар. Қызметкерлердің кәсібилігін арттыру ғана емес, сонымен бірге азаматтар полицияны репрессиялық күш ретінде емес, серіктес ретінде қабылдайтын атмосфераны құру маңызды. Бұл өз кезегінде қоғамдық қауіпсіздікті жақсартуға және қылмыс деңгейін төмендетуге ықпал етеді.

Полиция құқық тәртібі мен азаматтардың құқықтарын қорғауды қамтамасыз ететін негізгі орган болып табылады. Жаһандану, әлеуметтік тұрақсыздықтың өсуі, халықаралық терроризм мен қылмыстық қауіп-қатерлерге байланысты сын-қатерлер жағдайында полицияның тиімділігі оның халықпен өзара әрекеттесуіне және азаматтардың сенім деңгейіне тікелей байланысты. Сенім неғұрлым жоғары болса, құқық қорғау органдарының жұмысы соғұрлым тиімді болады.

Қазіргі заманғы әлеуметтік өзгерістер, сондай-ақ ақпараттық технологиялардың дамуы полиция мен азаматтардың өзара іс-қимылына айтарлықтай әсер етеді. Әлеуметтік желілер, интернет және мобильді қосымшалар коммуникацияның жаңа мүмкіндіктерін ұсынады, сонымен қатар құқық қорғау органдары үшін жұмыста ашықтық пен ашықтық қажеттілігі, сондай-ақ халықтың сенімін арттыру үшін технологияларды тиімді пайдалану сияқты қосымша қиындықтар туғызады.

Бүгінгі таңда қазіргі реформаның маңызды бөлігі «жаңа полиция» деп аталатын полицияны құру болып табылады — қылмыскерлерді жазалауға ғана емес, азаматтарға көмек пен қорғауға бағытталған полиция. Бұл құқық қорғау органдарының жұмысына көзқарастарды өзгертуді, полиция қызметкерлерінде жаңа құндылықтар мен мінез-құлық стандарттарын қалыптастыруды, сондай-ақ халықпен өзара іс-қимылдың тиімді тетіктерін енгізуді талап етеді. Полиция қызметкерлері тарапынан сыбайлас жемқорлық пен билікті теріс пайдалану жағдайлары Қазақстанды қоса алғанда, көптеген елдерде елеулі проблемалар болып қала береді. Қоғамның сенімін қалпына келтіру үшін сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-шараларды жүргізіп қана қоймай, қызметкерлер арасында әдеп және кәсіби стандарттарды қолдайтын ішкі бақылау жүйесін құру қажет.

Шешілетін ғылыми проблеманың қазіргі уақыттағы жағдайын бағалау. Полицияның оның имиджін және халық арасындағы сенім деңгейін арттыру жөніндегі қызметін зерделеу қазіргі экономикалық жағдайларда құқық қорғау органдарын реформалау және олардың қоғаммен өзара іс-қимылы өзекті болып табылады деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Құқық қорғау жүйесін жетілдірудегі басым бағыттардың бірі — полиция қызметін реформалау және оған деген қоғамдық сенімді нығайту болып

табылады. Бұл мәселеге қатысты отандық ғалымдар А.Н. Ахпанов, С.С. Молдабаев, Д.С. Чукмаитов және С.С. Ерденов өз еңбектерінде қоғамдық сенімді құқық қорғау органдарының тиімді қызметінің негізі ретінде қарастырады. Зерттеушілердің пайымдауынша, полицияға деген сенім құқықтық тәртіптің нығаюына және заң үстемдігінің сақталуына оң ықпал етеді. Қазақстанда және басқа да мемлекеттерде жүзеге асырылып жатқан реформалар осы органдардың ашықтығын арттыру, құрылымын жаңғырту және жағымды қоғамдық пікір қалыптастыруға бағытталған.

Полицияның имиджі мен беделі мәселелері ұйымдардың имидж теориясы аясында, сондай-ақ медиа әлеуметтану аясында зерттеледі. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпарат, әлеуметтік медиа және басқа байланыс арналары құқық қорғау органдарының қабылдауына қалай әсер ететінін зерттейтін бірқатар жұмыстар бар. Полицияның имиджі сонымен қатар полицияның жастар, этникалық азшылықтар және халықтың осал топтары сияқты әртүрлі әлеуметтік топтармен өзара әрекеттесуі аясында зерттеледі.

Құқық теориясы мен саясаттану саласында полицияның заңдылығы мен мемлекеттік институттарға деген сенім деңгейіне көп көңіл бөлінеді. Томас Лемберг, Дэвид Х.Кеттл және басқалар сияқты ғалымдардың еңбектерінде дамыған заңдылық теориялары құқық қорғау органдарына қоғамдық сенімділікті қалыптастыру тетіктерін тереңірек түсінуге көмектеседі. Бұл теориялар полицияның имиджі мен сенімін арттыру тәжірибесін талдауға негіз болады.

Тақырыпты зерттеуге шетелдік ғалымдар айтарлықтай үлес қосты, олар әр түрлі елдердегі реформалар мысалында (мысалы, Ұлыбритания, АҚШ, Канада, Германия) полицияның сенімін арттыру мен имиджін жақсартудың сәтті тәжірибелерін талдайды. Шетелдік мамандардың еңбектерінде полицияның қоғаммен өзара әрекеттесу модельдері, мысалы, «қоғамға бағытталған полиция», сондай-ақ құқық қорғау органдарының имиджін жақсартудағы технологияның рөлі қарастырылады.

Қазақстан контекстінде ішкі істер органдарын реформалау, олардың халықпен өзара іс-қимылын жақсарту және полицияға деген сенім деңгейін арттыру мәселелеріне арналған бірқатар зерттеулер бар.

Ішкі істер органдарын реформалау мәселелеріне қазақстандық құқықтанушы ғалымдардың теориялық-қолданбалы зерттеулері ықпал етті

Р.К. Бекмағамбетова, М.Ж. Бекмағамбетова, А.Т. Алдабергенова, А.Н. Табулденов, Б.М. Нұрғалиев, Н.А. Биекенов осы мәселеге арналған жұмыстарға азаматтардың сеніміне әсер ететін әлеуметтік-экономикалық факторларды талдау, сондай-ақ құқық қорғау органдарындағы олардың кәсібилігін арттыруға және қоғаммен өзара іс-қимылдың ашық тетіктерін құруға бағытталған реформалар практикасы кіреді.

Сонымен қатар, жеке зерттеулердің айтарлықтай санына қарамастан, полицияның имиджі мен сенімін арттыруға қатысты мәселелердің барлық

спектрін, соның ішінде социологиялық, психологиялық, ұйымдастырушылық және технологиялық аспектілерді қамтитын кешенді жұмыстардың жетіспеушілігі бар. Сондай-ақ, шетелдік тәжірибелерді нақты елдердің, оның ішінде полицияның азаматтармен өзара іс-қимылының өзіндік ерекшелігі бар Қазақстанның ерекшеліктеріне бейімдеуге жеткілікті көңіл бөлінбейді.

Осылайша, полицияны реформалау, оның имиджі мен халық арасындағы сенімін арттыру мәселелеріне арналған ауқымды теориялық базаның болуына қарамастан, осы процесті кешенді талдау және оны нақты әлеуметтік-экономикалық және мәдени контексттерде практикалық қолдану саласындағы олқылықтар қалып отыр, бұл ағымдағы зерттеудің маңыздылығы мен өзектілігін көрсетеді.

Зерттеу мақсаты. Полицияның имиджін және халық арасындағы сенім деңгейін арттыру үшін полиция қызметін жетілдіру бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Зерттеу құқық қорғау органдары саласындағы бар проблемаларды талдауға және қоғамдық сенімді нығайтуға және полицияның оң имиджін қалыптастыруға ықпал ететін стратегиялар мен шараларды әзірлеуге бағытталған.

Зерттеу міндеттері:

1. Халық арасында оның имиджі мен сенім деңгейін арттыру жөніндегі полиция қызметінің тарихи тәжірибесі мен шетелдік тәжірибесін зерделеу;

2. Полиция қызметі туралы теріс стереотиптің пайда болуының негізгі себептері мен шарттарын сипаттау;

3. Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру жөніндегі құқықтық және ұйымдастырушылық шараларды жетілдіру.

Зерттеу объектісі. Құқықтық тәртіпті, қауіпсіздікті және халықпен өзара іс-қимылды қамтамасыз етуге бағытталған ішкі істер органдарының (полицияның) қызметі болып табылады. Бұған полицияның имиджін қалыптастыруға байланысты процестер, сондай-ақ қоғамның құқық қорғау органдарына деген сенімін арттыруға бағытталған әртүрлі тәжірибелер кіреді.

Зерттеу тақырыбы. Полиция жұмысын жетілдіруге, оның имиджін жақсартуға және халық арасындағы сенім деңгейін арттыруға бағытталған ұйымдастырушылық-практикалық шаралар болып табылады. Бұл қызметкерлердің кәсібилігі, олардың қызметінің ашықтығы, азаматтармен өзара әрекеттесу және құқық қорғау органдарының тиімді жұмыс істеуі үшін жаңа технологияларды енгізу сияқты аспектілерді қамтуы мүмкін.

Зерттеуді жүргізудің әдістері мен әдіснамалық негіздері. Бұл зерттеу аясында теориялық және эмпирикалық әдістер қолданылады, бұл тақырыпты жан-жақты зерттеуге және нақты ұсыныстар беруге мүмкіндік береді.

Жұмыста ішкі істер органдарын реформалауға бағытталған ресми құжаттарды, заңдарды, стратегиялар мен бағдарламаларды талдау әдісі қолданылды. Бұл полицияның қызметін реттейтін қолданыстағы ережелерді

зерттеуге, сондай-ақ халықтың имиджі мен сенім деңгейіне әсер етуі мүмкін құқықтық базадағы олқылықтар мен кемшіліктерді анықтауға мүмкіндік берді.

Құқық қорғау органдары жұмысының халықаралық және ұлттық стандарттарын зерделеу үшін қолданылады.

Сауалнама әдісі. Полициямен қарым-қатынасын анықтау, құқық қорғау органдары жұмысының тиімділігін және азаматтардың сеніміне әсер ететін факторларды бағалау мақсатында халықтың әртүрлі топтары арасында сауалнама жүргізілді. Бұл әдіс полицияның қабылдауы мен оның қызметі туралы сандық және сапалық деректерді жинауға көмектеседі.

Ғылыми жаңалықтың негіздемесі. Зерттеудің ғылыми жаңалығы құқық қорғау органдарының қоғаммен тиімді өзара іс-қимылына бағытталған жаңа тәсілдер мен шешімдерді ұсынуда жатыр. Зерттеу барысында халықтың полицияға деген сеніміне әсер ететін жаңа факторлар мен модельдер анықталып, қазіргі қоғамдағы полицияның имиджін жақсарту үшін қолдануға болатын ұсыныстар жасалды.

Қорғауға шығарылатын ережелер. Зерттеу аясында жұмыстың мәні мен ұсынылған тұжырымдар мен ұсыныстардың маңыздылығын көрсететін келесі негізгі ережелер қорғалады:

1. Құқық қолдану тәжірибесін зерттеу негізінде полицияның имиджі халық арасында полицияға деген сенім деңгейін арттыру мәселесімен тығыз байланысты және өзара шарттас деген қорытынды жасалды. Яғни, халықтың полиция қызметкерлеріне деген сенімі неғұрлым жоғары болса, полицияның имиджі де соғұрлым жоғары болады. Тиісінше, полиция қызметкерлеріне деген сенімнің төмен болуы полиция имиджінің төмендеуіне әкеледі.

2. Полиция қызметкерлерінің беделін түсіру үшін пайдаланылуы мүмкін және олардың іс-әрекеттерін неғұрлым объективті қабылдауға ықпал ететін бұрмаланған немесе контекстен шығарылған материалдар фактілерін азайту мақсатында «Әкімшілік құқық бұзушылық туралы» Қазақстан Республикасы Кодексінің 667-бабының 1-бөлігіне мынадай редакцияда өзгерістер енгізу ұсынылады:

«Құқық қорғау органы немесе арнаулы мемлекеттік орган, әскери полиция органы, мемлекеттік фельдъегерлік қызмет қызметкерінің (әскери қызметшісінің), сот приставының, сот орындаушысының қызметтік міндеттерін атқаруына байланысты олардың заңды өкіміне немесе талабына бағынбау, олардың заңды қызметіне кедергі келтіру, сол сияқты былапыт сөйлеуден, құрметтемеушілік танытудан, лайықсыз мінез-құлықтан, арандатушылықтан, мазақ қылудан, әбес қылықтар (белгілер), заттар көрсетуден, оның ішінде масс-медианы немесе телекоммуникация желілерін пайдалану арқылы көрінген араласу, олардың оң имиджін түсіруге бағытталған, ар-намысына, қадір-қасиетіне және іскерлік беделіне нұқсан келтіруге бағытталған кез келген әрекетті тікелей немесе жанама ниетпен саналы түрде мақсатты түрде жүзеге асыруы».

Бұл тыйым ішкі істер органдарының имиджіне оң әсер етеді деп пайымдауға болады, өйткені толық емес немесе шынайы емес ақпараттың таралуы қоғамның наразылығын туғызып, құқық қорғау органдарына деген сенімді төмендетуі мүмкін.

3. Құқық қорғау органдары мен олардың қызметкерлерінің оң бейнесін қалыптастыруға бағытталған стратегия мен шараларды әзірлеу, сондай-ақ әрбір қызметкер мен мемлекеттік орган өз имиджін сақтау және дамыту үшін жауапты екенін сезінетін құқық қорғау жүйесін жетілдіру мақсатында, Қазақстан Республикасының Президентінің 2023 жылғы 2 қаңтардағы №81 Жарлығымен бекітілген «Қазақстан Республикасының құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау органдары және Мемлекеттік фельдъегерлік қызметі қызметкерлерінің Әдеп кодексіне» «имидж» ұғымының анықтамасын енгізу ұсынылады.

4. Полиция қызметкерлерінің Әдеп және кәсіби мінез-құлық стандарттарын жетілдіру мақсатында, Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігінің ішкі істер органдары қызметкерлерінің кәсіби, қызметтік және дене дайындығын ұйымдастыруды реттейтін ведомстволық бұйрықтарын оқыту семинарларын ұйымдастыру және өткізу бөлігінде толықтыру ұсынылады. Аталған семинарлар полиция қызметкерлерінің коммуникативтік және тұлғалық қасиеттерін, сондай-ақ халықпен сенімді қарым-қатынас мәдениетін дамытуға бағытталады. Сонымен қатар, бұл семинарлар полиция қызметкерлерінің сын-тегеурінді жағдайларды басқару дағдыларын жетілдіру және халықпен сенімді қарым-қатынас орнату үшін қажетті коммуникативтік және тұлғалық қасиеттерін дамытуға арналған кәсіби тренерлер өткізетін тұрақты арнайы сабақтар мен оқыту курстарының негізін қалайды.

5. Азаматтардың сенімін арттыру, полиция мен қоғам арасындағы байланысты нығайту, сондай-ақ полиция қызметкерлерінің оң бейнесін қалыптастыру және ішкі істер органдарының имиджін сақтау мақсатында тиісті медиажоспарлар мен медиапродуктілерді әзірлеп, іске асыру ұсынылады. Нәтижесінде, бір жағынан үйлесімді түрде қалыптасқан, екінші жағынан қоғамның үмітіне сай келетін полиция қызметкерінің тұтас бейнесі қалыптасады.

Апробация және нәтижелерін енгізу. Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігі Ақпараттық саясат департаменті Имидждік жұмыс және мониторинг басқармасының қызметінің практикалық жұмысына енгізілді.

1. Халық арасында оның имиджі мен сенім деңгейін арттыру жөніндегі полиция қызметінің тарихи тәжірибесі мен шетелдік тәжірибесі

1.1 Полицияның қоғаммен байланыс қызметтерінің жұмыс істеуін ұйымдастырушылық-құқықтық қамтамасыз етудің тарихи тәжірибесі

Қоғаммен байланыс дамудың күрделі жолынан өтті. Қоғаммен байланыстың заманауи тәжірибесін одан әрі кәсібилендіру үшін өте маңызды осы салыстырмалы түрде жаңа кәсіптің тарихи контекстін түсіну коммуникациялық жүйелер саласындағы құқықтық өріске негізделген.

Басқалармен қарым-қатынас жасау өнері және қоғамдық пікір сияқты қаруды шебер қолдану антикадан бастау алды. Бүгінгі таңда бұл Маманданудың жоғары дәрежесі ғана емес, сонымен қатар білімнің кеңдігі мен жаңашылдықпен ерекшеленетін күш-жігердің қарқындылығы. Ежелгі дәуірден бастап, әлеуметтену кезінде адам қоғамда өзінің қоғамдастығы мен елінің құқықтық жүйесі негізінде белсенді тұлға ретінде бекітілді, тек қару-жарақ арқылы ғана емес, сонымен бірге сендіру өзінің құқықтары мен мүмкіндіктерін айналасындағыларға көрсету, «сөзбен, жеке имиджмен әрекет ету, қоғамдағы беделін қалыптастыру, заңға мойынсұну, өзін көрсету. қоғамдық өмір иерархиясында лайықты орын алып, өзінің қадір-қасиеті» [2].

Ежелгі заманда бұқаралық ақпарат құралдары болмағанымен, адамдарды сендірудің негізгі құралы уағыздар мен шешендік сөздер болды, олар көбіне діни этикаға негізделді. Бұл кезең бізге Вавилон, Үндістан, Ежелгі Египет, Греция мен Римнің мифтері мен сенім рәміздерін қалдырды. Ежелгі Греция құдайлар мен батырлардың бейнелерін мифтер, мүсіндер мен ғибадатханалар арқылы жеткізіп, шешендік өнердің ең жарқын үлгілерін ұсынды. Бұл өнерді қоғаммен байланыстың алғашқы түрі деуге болады. Гермес — сауда мен жолдың қамқоршысы, байлық пен білімнің жаршысы ретінде танылып, адамдарға жазу, сандар мен шешендікті үйреткен.

Сауда, шешендік, табыс пен байлық – бұл әртүрлі PR технологияларының ажырамас бөлігі. Философия мектептерінің пайда болуымен шешендік өнер, құқық және саясат белсенді дами бастайды. «Саясаткердің сөзі үшін ең көп адам жиналатын орын тандалды, көбінесе нарық елді мекеннің орталығы ретінде. Спикер сәлемдесуден, тындаушыларға тілектерден бастады, содан кейін ғана сөйлеу тақырыбы туралы айта бастады. Спикер аудиториямен байланыс орнатып, олардың арасындағы өзара әрекеттесуді күшейтуге көмектесті. Сөйлеуші адам сөйлеу тақырыбына қатысты сөйледі және сонымен бірге қоғамдық пікір қалыптастырды, ал басқа дереккөздердің болмауына байланысты адамдар оған сенді. Ол кезде шешен философ, саясаткер және қоғам қайраткері болған» [3].

Мемлекеттік басқару саласы қоғаммен байланыс саласындағы мамандар үшін кең қызмет саласын білдіреді. Бүгінгі коммерциялық ұйымдар жеке

компанияның немесе белгілі бір экономикалық саланың мүдделерін алға тарта отырып, мемлекеттік секторға әсерін күшейтуді жалғастыруда.

Public Relations (PR) - 1970-ші жылдардың басында дамыған елдердегі менеджмент пен маркетингке қатысты салаларда кең таралған заманауи әлемдік саяси мәдениеттің құбылыстарының бірі. Қоғамдық қатынастар терминінің өзі алғаш рет 1807 жылы, АҚШ-тың үшінші президенті Т. Джефферсон Конгреске жолдаған баяндамасында «public relations» тіркесін қолданған.

PR міндеті- мақсатты аудиторияның белгілі бір адамға (ұйымға) деген сенімін арттыру. Қазіргі ғылыми әдебиеттерде Public Relations 500-ге жуық түрлі түсіндірулер мен анықтамаларға ие. Олардың кейбірін келтірейік:

Қоғамдық қатынастар- бұл қоғамдық ұйымдармен коммерциялық емес байланыстар, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы қоғамдық пікірге әсер ету жүйесі [4].

Public Relations-бұл ұйым мен оның жұртшылығы арасындағы осы Өзара түсіністік арқылы тең ақпараттық өзара іс-қимылды қамтамасыз ету бойынша жоспарлы тұрақты жүзеге асырылатын қызмет.

Мемлекеттік саладағы PR-бұқаралық саяси коммуникацияларды, ақпараттық процестерді және ақпараттық ағындарды басқару. Бұл қызмет саласы ерекше кәсіби дағдыларды, ұйымдастырушылық қабілеттерді және сөзсіз шығармашылықты қажет етеді. Бүгінгі таңда басқарушылық PR Саяси партиялар мен қоғамдық-саяси ұйымдар үшін де, мемлекеттік органдар мен муниципалды басқару үшін де маңызды деп айтуға болады. Мемлекеттік құрылымдардағы PR мамандары қызметінің негізгі векторларын келесідей сипаттауға болады [5]:

- жұртшылықты сыртқы және ұлттық қауіпсіздік саласындағы мемлекеттік саясат, әлеуметтік-экономикалық жоспарлар, елдегі ағымдағы ахуал туралы хабардар ету;
- қоғаммен, сондай-ақ әлеуметтік-саяси процестердің басқа субъектілерімен байланыстар мен байланыстарды құру, қолдау және кеңейту;
- қоғамдық пікірді, әлеуметтік-саяси процестерді және саяси конъюнктураны зерттеу;
- қабылданатын іс-әрекеттерге немесе саяси мәлімдемелерге қоғамдық реакцияларды қадағалау, ақпараттық тәуекелдердің алдын алу;
- қоғамдық-саяси процестердің даму болжамы;
- мемлекеттік биліктің, мемлекеттік басқарудың барлық субъектілері мен олардың басшыларының қолайлы имиджін қалыптастыру.

Қазақстандағы қоғаммен байланыс институты азаматтық қоғамның дамуы және биліктің халықпен диалог орнатуға ұмтылысымен пайда болды. «XX ғасырдың 90-жылдарындағы қазақстандық қоғамның әлеуметтік-саяси трансформациясы себептер мен салдардың күрделі кешені болып табылады, онда коммуникацияның жаңа жүйелерін дамыту өзара негізделген процесс болып табылады. Осы тұрғыдан алғанда, қоғаммен байланыс жүйесінің (PR)

қалыптасуы сияқты Қазақстан үшін жаңа құбылыстың процесін талдау өте қызықты және өзекті болып көрінеді. Қазақстанда PR кәсіби қолданбалы және ғылыми қызмет саласы ретінде пайда болуы қоғамдық қатынастарды, азаматтық қоғам институттарын, сондай-ақ әлеуметтік-экономикалық, нарықтық тетіктерді дамытудың объективті жағдайларына байланысты болды» [6].

Қазақстандағы коммуникациялар 1990 жылдарға дейінгі кезеңде ақпараттың тікелей таралуы мен БАҚ-тың әлеуметтік шиеленісті төмендету функциясын атқарғанын атап өту керек. Ел тәуелсіздігін алғаннан кейін ақпарат таратуда өзгерістер орын алып, көлденең модель енгізілді. Бұл қоғамда үлкен резонанс тудырды. Қазір БАҚ әлеуметтік шиеленісті төмендетудің орнына, көбіне оның өсуіне себеп болуда. Сондықтан қоғаммен байланыс қызметтерін жоспарлы түрде енгізу қиындықтардан шығудың ең тиімді жолы болуы мүмкін. Бұл қызметтердің пайда болуы демократиялық өзгерістер мен нарықтық қатынастардың қалыптасуымен байланысты.

Қазақстандағы қоғаммен байланыс институтының дамуы елдің жаңа экономикалық модельге көшуіне байланысты экономикалық факторлармен анықталады. Жоспарлы экономика кезінде PR мен жарнама қажет болмады. Нарықтық экономикаға көшу қоғамдық пікірдің маңыздылығын арттырып, ұйым мен оның әлеуметтік ортасы арасында байланыс құру қажеттілігін туғызды.

Қазақстандағы қоғаммен байланыс институты негізінен әлемдік, әсіресе американдық тәжірибеге сүйене отырып қалыптасты. АҚШ-та бұл үдеріс екі ғасырға созылса, Қазақстанда ол әлдеқайда қысқа уақыт ішінде өтті. Шетелдік тәжірибені жергілікті жағдайға бейімдеу маңызды рөл атқарды. Қиындықтарға қарамастан, қазақстандық PR қарқынды дамып, қоғамның саяси, экономикалық және рухани салаларына ықпал етіп, әлеуметтік процестерді басқаруда маңызды құралға айналды. Бұл — демократиялану мен азаматтық қоғам институттарының нығаюының дәлелі. Әр елде PR өзіндік ерекшеліктерге ие болса да, ол нарықтық экономикасы бар демократиялық қоғамдарға ортақ құбылыс.

Отандық зерттеушілердің көпшілігі PR-практика Қазақстанда 1990 жылы қоғаммен жұмыс жөніндегі алғашқы бөлімдер мемлекеттік құрылымдарда пайда бола бастаған кезде пайда болды деп санайды [7]. Дәл осы кезеңде PR құралдары арқылы билік пен қоғам арасындағы өзара байланыс трансформациясының негізі қаланды. Ақпараттық және PR қызметінің басты орталықтары – Президент әкімшілігі, Үкімет Аппараты, Парламент палаталары мен ұлттық компаниялар болды. Сонымен қатар, өңірлік атқарушы және заң шығарушы органдарда баспасөз және қоғаммен байланыс қызметтері құрылды.

Қазақстанда қоғаммен байланыс қызметтері негізінен саяси салада қалыптасып, бұл оларды коммерциялық және саяси PR қатар дамыған Батыс елдерінен ерекшелендіреді. Ал бизнес саласындағы PR елімізде нарықтық

қатынастар орныға бастаған экономикалық реформалар кезеңінде дамыды. Зерттеуші А. Көпежанова атап өткендей, «Қазақстанда PR-технологиялар көбінесе бизнес-құрылымдарда емес, саяси салада дамыды. Өйткені посткеңестік елдерде PR терминін алғашқы түсіну сайлау технологиясымен байланысты болды және сайлау алдындағы үгіт-насихатқа, саяси технологияларға, үгіт-насихатқа және басқаларға теңестірілді» [8]. Бизнес саласында тұтыну тауарлары секторындағы компаниялар PR-ді көбіне маркетингке көмекші құрал ретінде қабылдап, PR құрылымдарын құра бастады.

Қазіргі уақытта қазақстандық коммерциялық PR жаңа кезеңге өтуде, себебі отандық өндірушілердің жаңа нарықтарға шығуы қажеттілігі артуда. Бұл процесс өңірлерден Астанаға және шетелге, сондай-ақ инвестициялық тартымдылықты арттыруға байланысты дамуда.

Бедел мен атақ инвесторлардың сенімін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. PR мамандандырылған нарықтарда жарнама шеше алмайтын міндеттерді орындайды. Қазіргі PR жағдайы Қазақстан экономикасы мен корпоративтік мәдениетінің дамуымен тікелей байланысты. Т.Батищеваның пікірінше «Мазмұнды және тиімді PR-ға негізгі сұраныс банк секторы, байланыс, тұтыну тауарлары сияқты ең бәсекеге қабілетті нарықтардан келеді» [9]. Қазіргі уақытта PR негізінен үш салада кеңінен қолданылады: қаржы және банк секторлары, мұнай-газ кешені және ақпараттық технологиялар (IT).

Қазақстанның қоғаммен байланыс жөніндегі ұлттық қауымдастығының (ҚР ҚБҰА) және әртүрлі салалардағы неғұрлым тәжірибелі PR-мамандар мүшелері болып табылатын «PR-шы» қазақстандық PR-кәсіпқойлар клубының құрылуы бетбұрыс болды. Қазақстан Республикасының қоғаммен байланыс жөніндегі Ұлттық қауымдастығы (ҚР ҚБҰА) 2001 жылы PR нарығында кәсіби қызмет көрсететін компаниялардың бастамасымен құрылды.

ҚР ҚБҰА-ның мақсаты – кәсіби коммуникациялар нарығын дамыту және PR саласындағы халықаралық стандарттарды ілгерілету. Орталықтың негізгі жобасы – «Ақ мерген» сыйлығы, ол қазақстандық PR-нарықты дамыту және қоғаммен қарым-қатынастар мәдениетін қалыптастыру мақсатында 2013 жылы құрылды. Сонымен қатар, ҚБҰА еріктілер орталығын ұйымдастырып, мамандарды даярлау үшін жоғары оқу орындарымен ынтымақтастық жүргізеді, шеберлік сыныптары мен семинарлар өткізеді.

1990-жылдардың ортасында Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдары мен қоғаммен байланыс саласы мамандарына арналған кәсіби алаңдар ретінде Қазақстандық және Ұлттық баспасөз клубтары құрылды. 1994 жылдан бері жұмыс істеп келе жатқан Қазақстандық баспасөз клубы (ҚБК) еліміздегі PR саласының қалыптасуы мен дамуына елеулі үлес қосты. ҚБК – Қоғаммен байланыс жөніндегі Ұлттық қауымдастықтың тең құрылтайшысы болып табылады және PR-шы клубымен бірлесе отырып Халықаралық PR форумын ұйымдастырады. Сонымен қатар клуб кәсіби тренингтер, коучингтер, шеберлік сабақтарын өткізіп, бұқаралық ақпарат құралдарында сараптамалық

материалдар жариялауға атсалысады. ҚБК халықаралық деңгейде де танылып, IPRA ұйымының мүшелігіне енген.

Кешенді жобалармен жұмыс тәжірибесі, нарықты терең білу, Батыс PR технологияларын жергілікті жағдайларға бейімдеу, өз PR құралдарын әзірлеу және сапа стандарттарын қалыптастыру клубтың бәсекелестік артықшылықтары болып табылады. Клуб қазақстандық БАҚ редакторлары мен журналистерімен, ҰЕҰ-пен тығыз жұмыс істеп, тұрақты нарықтық зерттеулер жүргізеді. Халықаралық серіктестік желісі мен 3 жұмыс тілі де оның ерекшеліктері болып табылады [10].

Қоғаммен байланыс мамандарын даярлау Қазақстанда қиын кезеңде жүзеге асты, бірақ оны отандық жоғары білім жүйесінің академиялық негізі жеңілдетті. Елде гуманитарлық пәндер оқытушылары мен журналист-практиктердің едәуір бөлігі болды, олар қоғаммен байланыс саласында жұмыс істей алды. Алғашқы жарияланымдар XX ғасырдың 50-60-жылдарында шетелдік авторлардың шығармаларының орыс тіліндегі аудармалары болды, оның ішінде С.Блэктің «Паблик рилейшнз» кітабы ерекше танымал болды. Қазақ тіліндегі алғашқы оқу құралы 2009 жылы жарық көрді [11].

«Қоғаммен байланыс» мамандығы білім беру саласында даму кезеңін өткеруде. Қазақстандық PR-білім беруде біркелкіліктің болмауы және тәжірибелі оқытушылардың тапшылығы байқалады. Жеке оқу орындарындағы курстар қажеттіліктерді толық қанағаттандырмайды, ал шетелдік мамандардың тәжірибесі мәдениетімізге сәйкес келмейді. Бұл жоғары кәсіби қоғаммен байланыс жүйесін қалыптастыру қажеттілігін көрсетеді. Бұл мәселені шешу үшін қоғаммен байланыс академиясын құрып, мамандардың біліктілігін арттыру және білім беру қызметтерін сертификаттау маңызды.

Қазақстанда қоғаммен байланыс саласы қарқынды дамып келе жатқанына қарамастан, бұл бағыт әлі де жан-жақты ғылыми зерттеуді қажет етеді. PR-дың қалыптасуы, әдістемесі мен теориялық негіздері жеткілікті түрде зерделенбегендіктен, ол ғылыми ізденістер үшін өзекті тақырып болып табылады. Қоғаммен байланыс феноменінің зерттелуіндегі негізгі қиындық — оның салыстырмалы түрде жаңа және толыққанды теориялық тұрғыда қалыптаспағандығында. Қазіргі PR тәжірибесі ғылыми негізден алшақ, ал бұл саланың әдіснамалық және институционалдық базасы әлі даму үстінде. PR-дың теориядан гөрі тәжірибеге жақын қолданбалы сипатта болуы оның даму ерекшелігіне тән. Қазақстанда бұл саланың даму тарихы қысқа болғанымен, жинақталған тәжірибе негізінде кемшіліктерді жүйелі түрде еңсеру қажеттілігі туындап отыр.

Қазақстандағы ішкі істер органдарында ақпарат және қоғамдық байланыстар бөлімшелерінің дамуы елдегі саяси, әлеуметтік және технологиялық өзгерістермен тығыз байланысты, әрі өзіндік тарихқа ие. Бұл бөлімшелер кеңес дәуірінен бастап қазіргі кезеңге дейін бірнеше кезеңнен өтті.

Қазақстан Республикасы Ішкі істер органдарының (ІІО) және бұқаралық

ақпарат құралдарының (БАҚ) өзара іс - қимылының көп жылдық тарихы бар, ол осы мақсатқа бағытталған жұмыстың жалпы қоғамға оң әсерін көрсетеді: «көп жағдайда бұл процесс әлеуметтік тәртіптің екі жүйесінің олардың алдында тұрған бір мәнді, бірдей мақсаттарға байланысты өз күштерін біріктіруге деген табиғи ұмтылысының нәтижесі болып табылады. Құқық қорғау жүйесі де, бұқаралық ақпарат құралдарының редакциялары да мемлекеттің тұрақтылығы мен өміршеңдігін нығайтуға объективті мүдделі екені анық. Бұл оң мақсаттар екі жүйенің өзара әрекеттесуге деген ұмтылысын біріктіреді, олардың әрқайсысы басқа жүйенің мүмкіндіктері арқылы өз функцияларын толықтырады және күшейтеді» [11].

КСРО ПМ-нің 1983 жылғы 10 маусымдағы № 0162 бұйрығымен ведомствода ақпараттық саясатқа жауапты баспасөз бюросы құрылды. Облыстық басқармаларда саяси бөлімдер мен баспасөз қызметтері ұйымдастырылды. БАҚ-пен жұмыс істейтін инспектор жұртшылықты ақпараттандыру, құқықтық білімді насихаттау және ПО қызметкерлерінің оң имиджін қалыптастыруға жауапты болды.

XX ғасырдың 80-ші жылдарының соңында мемлекеттік органдарда баспасөз орталықтары мен қызметтері пайда болып, олар БАҚ өкілдерімен ұзақ мерзімді өзара іс-қимыл мен ақпараттық қолдау көрсетті. Бұл бөлімшелер мемлекеттік органдар мен БАҚ арасындағы байланыс ретінде елдің ақпараттық кеңістігінде маңызды рөл атқарды.

Ішкі істер органдарындағы алғашқы баспасөз қызметтерінің басты міндеті – полиция жұмысы туралы жұртшылықты мөлшерленген және басшылықпен келісілген ақпаратпен қамтамасыз ету. БАҚ негізгі коммуникация арнасы болды, ал бұл бөлімшелер қоғамның милиция қызметі туралы түсінігін кеңейтуде маңызды рөл атқарды. БАҚ ПО-ның қоғаммен байланыс саласындағы тиімді құралына айналды.

1984 жылы Д. Грюниг пен Хант «Қоғаммен байланыс менеджменті» еңбегінде PR функцияларының төрт моделін ұсынды: баспасөз делдалдық моделі, үгіт-насихат моделі, қоғамды ақпараттандыру моделі және маркетингтік модель. Бүгінгі таңда қоғаммен байланыс саласында өзара түсіністік моделі кең тараған. Ішкі істер органдарында қоғаммен байланыс практикасында БАҚ арқылы ақпараттандырудың біржақты моделі қолданылды.

XX ғасырдың 90-жылдарында ҚР-да қоғаммен байланыс технологиялары ПО-да кеңінен қолданылды. Бұл елдегі криминогендік жағдайдың нашарлауынан туындады, бұл құқық қорғау қызметінің жалпы нәтижелілігіне теріс әсер етті. Дәл сол кезде азаматтық қоғам институттарын қоғамдық құқық қорғау қызметін жүзеге асыруға тарту қажеттілігі артты.

Содан кейін ПО-дағы қоғаммен байланыс басқарудың ерекше функциясы ретінде түсінілді «...қарым-қатынасты, өзара түсіністікті және ПО мен жұртшылық арасындағы ынтымақтастықты орнатуға және қолдауға, әртүрлі мәселелер мен міндеттерді шешуге ықпал ететін» [13]. Бұл функция полиция

қызметі туралы хабардар ету арқылы ведомствоның қоғаммен байланысының дамыған жүйесін қалыптастыруға бағытталған. Полицияның баспасөз қызметінің негізгі бағыты өзінің жаңалықтар ақпараттық ағынын белсенді қалыптастыру болды.

Баспасөз қызметтері қоғаммен байланыс саласындағы маңызды бағыттардың бірі - БАҚ өкілдерімен өзара іс-қимылды жүзеге асырды: ведомствоның қызметі туралы ақпарат дайындады және журналистерге ұсынды, басшылықтың өтініштері мен өтініштерін дайындауға қатысты: «қазіргі қоғамда билік органдары мен БАҚ-тың өзара іс-қимылы демократия және нарықтық қағидаттармен үндес ақпараттық кеңістікті құру мәселелерінде аса өзекті болып табылады. Бұл бөлімшенің негізгі міндеттерінің бірі-билік, бұқаралық ақпарат құралдары мен қоғам арасындағы делдал рөлін жүзеге асыру» [14]. Ішкі істер органдарының қоғаммен байланыс тәжірибесінде біржақты коммуникацияны қолдану жалғасты.

Қазіргі уақытта ішкі істер органдары мен бұқаралық ақпарат құралдарының өзара іс-қимылы қоғамдық өмірдің әртүрлі салаларындағы түбегейлі өзгерістерге байланысты айтарлықтай өзгерістерге ұшырады. Бұл процестер екі әлеуметтік институттың өзара іс-қимыл механизмін оңтайландыруға ықпал етті және ықпал етті: «... тікелей ведомстволық үгіт-насихат әдістері мен нарықтық институттандырылған БАҚ-тың коммуникаторлардың серіктестік өзара іс-қимылына қойылатын талаптары арасында. күш, әскери, репрессиялық ұйым ретіндегі ПО бейнесін бейнелеу және полицияға қатысты қоғамның әлеуметтік бағдарланған үміттері арасында...» [15].

ПО қызметіндегі қоғаммен байланыс арнайы басқару функциясы ретінде анықталды. «ПО басқарушылық қызметінің ерекше бағыты болып табылатын, олардың қоғамның әртүрлі субъектілерімен коммуникацияларының дамыған жүйесін қалыптастыруға, басқару аппараттарын олардың жұмыс істеуінің әлеуметтік ортасының жай-күйі туралы ақпаратпен қамтамасыз етуге бағдарланған» [16]. Жұртшылықпен байланыс ПО ішкі жүйесіне және сыртқы ортасына әсер ететін басқарушылық шешімдер қабылдауда маңызды рөл атқарды. Нәтижесінде, ПО қоғаммен байланыс тәжірибесінде екі жақты асимметриялық коммуникация моделі қалыптасты.

Интернеттің дамуы жаңа талаптар қойды. ХХІ ғасырдың басында ПО қоғаммен байланыс тұжырымдамасы заман талабына сай болмады. Құқық қорғау органдарының екіжақты симметриялы қарым-қатынас моделі жоқ еді, бұл олардың тиімділігіне кері әсерін тигізді және маңызды міндеттердің шешілмеуіне алып келді. Содан кейін ПО-ның қоғаммен байланысының тиімділігін арттыру оларды қызмет ретінде түсінуден бас тартумен байланысты болды «... қоғамдық пікірге ақпараттық-коммуникативтік әсер ету жолымен жұртшылықты ПО жұмыс істеуінің қоршаған әлеуметтік ортасын диагностикалауға, басқару аппараттарын оның жай-күйі туралы хабардар етуге,

ПО-ның барлық бөлімшелері мен қызметтерінің қызметкерлеріне қоғамның әртүрлі субъектілерімен байланыстарды ұйымдастыру әдістері, нысандары мен технологияларына қатысты кеңес беруге бағытталған қызмет ретінде оларды түсінуге насихаттау және хабардар ету арқылы» [16].

Бұл жағдайда ішкі істер органдарын реформалау қажеттілігі туындады. Полиция институты қызметінің жаңа құқықтық және ұйымдастырушылық принциптерін бекіткен «Қазақстан Республикасының Ішкі істер органдары туралы» [17] Қазақстан Республикасының Заңы күшіне енген кезде қоғаммен кең диалог орнату ішкі істер органдарының қызметінде ақпараттық ашықтыққа ықпал етті.

Қазіргі жағдайда ПО-дағы қоғаммен байланысты басқару функциясы бүкіл ведомствоның табысты жұмысының маңызды шарты болып табылады. Бұл тиімді басқару шешімдерін ұйымдастыруда және қабылдауда маңызды рөл атқаратын қоғаммен байланыс. Интернеттің коммуникациялық кеңістігінің пайда болуымен және жандануымен ПО қоғаммен байланыс тәжірибесінде қоғамның қажеттіліктеріне жауап беретін екі жақты симметриялы модельге көшу қажеттілігі туындады.

Бүгінгі таңда ПО - ның жұртшылықпен өзара іс-қимылының жеткілікті деңгейі тіркелуде-өзара түсіністік пен сенім негізінде ынтымақтастық орнату басымдық болып табылады. Бұл мәселені шешудің тетіктерінің бірі-БАҚ-пен өзара іс-қимыл технологияларын жетілдіру.

ПО-дағы қоғамдық қатынастарды басқарудың қолданыстағы жүйесіндегі басты кемшілік - коммуникацияның екі моделі-ақпараттық және үгіт-насихат арқылы жұртшылыққа бір бағытты ақпараттық әсерді сақтау болып табылады. Бүгінгі күнге дейін «ішкі істер органдарының басқару жүйесінің қоғамдық құқық қорғау коммуникациясы кеңістігіндегі қазіргі жағдайдың ерекшелігі азаматтық қоғам институттарымен өзара іс-қимылдың ақпараттық-насихаттық форматының басым болуымен сипатталатын коммуникацияның асимметриялық екіжақты моделін қолдану болып табылады» [18].

ПО Ақпарат және қоғамдық байланыстар бөлімшелерінің қызметінде жариялылық және жұртшылықты ақпараттандыру басым болып қала береді. «Екі модель де ақпаратты таратуға бағытталған бір бағытты коммуникативті әсерді білдіреді. Осы модельдерді қолдана отырып, PR қызметі субъектісі өзінің прагматикалық мақсатына қол жеткізеді, оның мүдделері қоғам мүдделерінен жоғары» [19].

Іс жүзінде, ПО-ның қоғаммен байланыс мақсаты әлдеқайда ауқымды. Ол екіжақты ақпарат алмасуды, сенімді қарым-қатынас орнатуды және азаматтарды құқықтық тәртіпті сақтауға ынталандыратын өзара іс-қимыл жүйесін қалыптастыруды көздейді.

Бүгінде ПО-ның PR-қызметіне азаматтық қоғамның жандануы, қоғамдағы жұртшылық рөлінің артуы және бұқаралық коммуникацияның дамуы әсер етуде. Осыған орай, ПО-да қоғаммен байланыс технологияларына, полиция мен

халық арасында тең құқықты диалог орнату құралы ретінде, сұраныс артып отыр.

Бүгінде ПО жұртшылықпен байланыста ақпараттық ашықтықты қамтамасыз ету, кері байланысты кеңінен қолдану, қоғамдық пікірді бақылау және қабылданған шешімдер үшін әлеуметтік жауапкершілікті арттыруға баса мән беріп отыр.

Қазіргі таңда полиция қоғамдық кеңістікте жиі талқыланатын әлеуметтік институттардың бірі. Құқық қорғау органдарының қызметі әрбір азамат үшін маңызды, бірақ сынға ұшыраған жағдайда ПО ақпарат бөлімшелері шабуылдау әдісін қолданып, полицияның тиімді жұмысын насихаттап, заң бұзушыларды жазалауды үгіттейді. Тарихи және халықаралық тәжірибе PR-дің полиция қызметіне бірігуінің қазіргі полиция стратегиясының маңызды бөлігі екенін дәлелдейді. Қоғаммен байланыс құралдарын тиімді пайдалану құқық қорғау органдарының имиджін жақсартып, азаматтардың өздерін қорғалған және естіген сезінуіне ықпал етеді, бұл әділ қоғамның қалыптасуына көмектеседі. Жаһандану мен ақпараттық технологиялар дәуірінде полиция PR әдістерін белсенді түрде дамыту қажет, бұл мемлекеттің демократиялық негіздерін нығайтуға және билік пен халық арасындағы ынтымақтастықты арттыруға септігін тигізеді.

Қоғаммен байланыстың тарихи тәжірибесі тиімді қарым — қатынас тек техника емес, қоғамның қажеттіліктері мен мүдделерін терең түсінуді қажет ететін өнер екенін көрсетеді. Қазақстанның ішкі істер органдарында Ақпарат және қоғамдық байланыстар бөлімшелерінің дамуы уақыт бойы елеулі өзгерістерге ұшырады. Кеңестік кезеңде қарапайым баспасөз қызметтерін қалыптастырудан бастап қазіргі Қазақстанда қоғаммен байланыс үшін цифрлық технологиялар мен әлеуметтік желілерді белсенді пайдалануға дейін. Бұл өзгерістер азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімін нығайтуға көмектеседі және ел ПМ-нің неғұрлым ашық және тиімді қызметіне ықпал етеді.

Полицияда қоғаммен байланыс қызметтерін дамыту қажеттілігі әлеуметтік-саяси өзгерістер мен азаматтармен ашық қарым-қатынас жасау қажеттілігінен туындап отыр. Ұтымды PR стратегиялары құқық қорғау органдарына деген халық сенімін арттырып, қауіпсіз әрі тәртіпті қоғам құруға ықпал етеді. Полициядағы PR қызметі сенімді сақтап, оң имиджді нығайту үшін адалдық пен ашықтық принциптеріне негізделуі тиіс. Полицияның тиімді қызметі — тәжірибені ескере отырып, жаңа PR технологияларын қолдану арқылы қазіргі қоғамдық өзгерістерге бейімделуінде. Құқық қорғау органдарының имиджі олардың әрекеттеріне ғана емес, азаматтардың қоғамдық белсенділігіне де байланысты. Сондықтан PR саласын дамыту кәсіби талаптарды орындаумен қатар, қоғам үшін ашық және нәтижелі коммуникациялық орта қалыптастыруды көздейді.

1.2 Халық арасында полиция қызметкерлеріне деген сенім деңгейін арттыру мәселесі бойынша шетелдік тәжірибе

Дамыған елдерде полицияның жағымды имиджі мен беделін сақтау үнемі назарда ұсталады. Қоғамдағы полиция рөлінің маңыздылығы мен бұл мамандықтың тартымдылығы көбіне қызметкерлердің әлеуметтік жағдайы мен мемлекет ұсынатын кепілдіктерге байланысты. Полиция қатарындағы қызметкерлер көбінесе орта тап өкілдері ретінде қарастырылады және бұл салаға келгендер әлеуметтік тұрақтылық пен материалдық жағдайының жақсаруына қол жеткізеді.

Полицейдің имиджі шынайы тәртіп сақшысының бейнесімен, оның интеллектуалдылығы, бастамашылдығы, қорықпауы, әділдігі, сондай-ақ төзімділігі, жаттығуы, күші туралы түсініктерімен тығыз байланысты. Батыс елдерінің үкіметтері полицияға қабілетті және дамыған адамдарды, соның ішінде білім деңгейі жоғары азаматтық салалардағы мамандарды тарту үшін көп жұмыс істейді [20].

Полициядағы басшылық қызметтерге беделді азаматтар тағайындалады. Қызмет бағыттарының ішінде ең танымалдары – криминалдық полиция, патрульдік қызмет және басқару саласы. Көптеген адамдар полицияға әділеттілік пен заңдылықты қорғауға деген сеніммен келеді, ал бұл қызмет оларға билікке қатысу сезімі арқылы моральдық қанағаттану сыйлайды. Батыс елдерінде полицияның жағымды бейнесін қалыптастыруға қомақты қаражат бөлінеді: ірі бюджетпен телехикаялар, фильмдер түсіріліп, БАҚ-та кең PR-науқандар жүргізіледі, бұл халықтың сенімі мен қолдауын арттыруға бағытталған.

Полиция мамандығының беделі төтенше жағдайларда ерекше көтеріледі. Мысалы, 2001 жылғы 11 қыркүйектегі АҚШ-тағы лаңкестік әрекеттер кезінде полиция алғашқы көмек көрсеткен құрылым ретінде қоғамның зор құрметіне ие болды. Полицейдің сырт келбеті мен нысанды киімнің ұқыптылығы, кәсібилігі – қоғам сенімінің кепілі. Бұл оның борышына деген жауапкершілігін, тәртібін және материалдық-техникалық қамтамасыз етілу деңгейін көрсетеді. Имидж қалыптастыруда ұсақ-түйек болмайды – тіпті полиция ғимаратының дизайны да маңызды. АҚШ-та полиция бөлімшелері қорқынышты бекініс емес, жайлы әрі қолжетімді орын болуы тиіс деген ұстанымға көшті.

Мемлекеттің, полицияның, азаматтардың өздерінің бірлескен келісілген күш-жігері және өркениетті қоғамда айтарлықтай қаржылық, материалдық-техникалық құралдарды мақсатты түрде инвестициялау процесінде халық арасында жоғары беделге ие және өз кәсібімен мақтанатын кәсіби полицейдің тартымды және құрметті имиджі құрылады және сақталады.

Мемлекеттің қоғамдық өмірдің ішкі реттілігін қамтамасыз ету функциясы мемлекеттің туылуымен бірге пайда болады және оның маңызды мақсатына айналады. Бұл функцияны тікелей жүзеге асыру үшін мемлекет уақыт өте келе

біртұтас ұйымдық жүйеге айналатын арнайы аппарат құрады, ол қазіргі уақытта көптеген елдерде ішкі істер органдарының жүйесі деп аталады.

Зерттеушілер бүгінгі полиция оның қызметінің барлық көріністерінде қоғамның қатысушысы деп санайды. Ол оның өнімі. Сонымен бірге полиция өзінің әдіснамасы мен практикасын жұмыс істейтін қоғамның философиясына бейімдейді [21].

Демократиялық елдерде полиция демократиялық құндылықтарды қорғауға және соларға сай әрекет етуге ұмтылады. Қоғам полицияның өкілеттігін, егер ол бұл міндеттерді Әдеп жолмен және азаматтардың қолдауына сүйене отырып атқарса, заңды әрі орынды деп қабылдайды. Жұртшылықтың қолдауына ие болған жағдайда полиция қызметі анағұрлым тиімді болады.

Қазіргі демократиялық қоғамда полиция құрылымдарының құндылықтары мен нормаларын айқындайтын тұжырымдамалық құжаттар қалыптасқан. Солардың бірі – «Еуропалық полиция этикасы кодексі», ол полиция қызметінің негізін белгілеп, бүгінде өзектілігін жоғалтпаған. Көптеген Еуропа елдері демократиялық құндылықтарды нығайту үшін полиция жүйесін қайта құруда. Олар ұлттық шекаралардан тыс бірыңғай нормаларды енгізу арқылы Еуроодақ азаматтарына әділ және біркелкі қарым-қатынас жасауға ұмтылады. Бұл өзгерістер халықаралық қылмыспен күрестегі ынтымақтастықты арттыруға бағытталған [22].

Көптеген Еуропа елдері өздерінің полиция бөлімдерін қайта құру жағдайында құқықтық тәртіп органдарындағы этика маңызды мәселе бола бастады. Өйткені, адам құқықтарын қорғау және сақтау полиция (милиция) жұмысының маңызды бөлігі болып табылады, өйткені бұл органдар өз міндеттерін орындау кезінде адам құқықтарын құрметтеуге ғана емес, оларды белсенді қорғауға да міндетті. Сонымен қатар, демократиялық құқықтық мемлекеттердегі полицияның тиімді жұмысы олардың адам құқықтарын қаншалықты құрметтейтініне және құрметтейтініне байланысты [23].

Полиция барлық азаматтарға қатысты заңдылық қағидаттары негізінде әрекет ете отырып, өзіне деген сенімділікті сақтауы керек. Полицияның жұмысы әркімнің көз алдында болғандықтан, ол нәсілшілдік пен кемсітушіліктің көріністерін болдырмауға бағытталған іс-әрекеттерді үнемі көрсетіп отыруы керек. Бірақ полиция мұндай көріністермен тек өз күштерімен күресе алмайды. Бұл күрестің сәттілігі көбінесе полицияның басқа ұйымдармен өзара әрекеттесуінің тиімділігіне байланысты.

Роттердам хартиясы — көпэтникалық қоғамдағы құқықтық тәртіпті сақтауға арналған полиция қызметінің негізгі бағыттарын айқындайтын құжат. Бұл құжат полицияның этникалық топтармен өзара әрекеттесуін үйлестіруге бағытталған әмбебап шараларды қамтиды. Оның мақсаты — теңдік пен әлеуметтік бірлікті сақтау үшін полиэтникалық қауымдастық мәселелерін шешуге біртұтас және үйлестірілген көзқарасқа кепілдік беретін құралдардың

толық жиынтығын анықтау [24].

Роттердам Хартиясы ХХІ ғасырдағы полиция қызметкері - полицейдің жаңа моделіне, сондай-ақ полицияны құрылым ретінде өзгертуге бағытталған: «мемлекеттің қолындағы жазалау механизмінен» ол халыққа қызметтердің барлық спектрін көрсетуге арналған «қоғамдағы әлеуметтік-құқықтық қызметке» айналады. ЕҚЫҰ қатысушы елдерінде полиция мен қоғам арасындағы серіктестікті дамытуға арналған ережелер әзірленді. Халықпен жергілікті деңгейде жұмыс істеу дәстүрлі полиция тәжірибесіне маңызды стратегиялық толықтыру ретінде қарастырылады.

Полиция мен қоғам арасындағы серіктестіктің негізгі алғышарты қоғамның қауіпсіздік пен қоғамдық тәртіпті қамтамасыз ету ісіне қатысу деңгейін арттырудың, сондай-ақ азаматтардың тұрғылықты жеріндегі қылмыс мәселесін шешудің шұғыл қажеттілігі болып табылады, өйткені бұл міндетті тек полицияның күшімен шешу мүмкін емес. Осындай әріптестік қатынастарға қол жеткізу үшін полиция қоғамға тереңірек кірігіп, келісілген іс-қимылдар негізінде полиция қызметін жүзеге асыру және қоғамға көрсетілетін қызметтердің сапасын жақсарту арқылы өзінің заңдылығын нығайтуға тиіс. Сонымен, полиция: халыққа танымал және қол жетімді болуы керек; ведомстволық бағынысты аумақтағы халықты білу және оған белгілі болу; халықтың қажеттіліктеріне жауап беру; азаматтардың мәселелерін тыңдау; халықты тарту және жұмылдыру; өз іс-әрекеттері мен қол жеткізілген нәтижелері туралы есеп беру. Полиция мен қоғам арасындағы серіктестікті құрудың ең жақсы тәжірибесі [25].

Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, полиция мен қоғамның өзара әрекеті өте күрделі, кейде өте қайшылықты процесс. Алайда, тез өзгеріп жатқан бейбітшілік пен адам өмірінің барлық аспектілерінің жаһандануы жағдайында - бұл қазіргі заманғы қылмысқа тиімді қарсы тұрудың жалғыз құралы, дәл осы қағиданы, ең алдымен, барлық штаттарда құрылған, қоғаммен байланыс үшін жауап беретін қызметтердің қызметкерлері басшылыққа алады.

XX - ХХІ ғасырлар тоғысында. оның қызметінің тиімділігін арттыруға бағытталған полицияның ірі реформалары іс жүзінде барлық Еуропа елдерінде жүргізілді, олар зерттеушілердің бағалауы бойынша «полиция жұмысының маңызды компоненттері: оның формалары мен әдістері, ынтымақтастықтың сипаты мен мазмұны, азаматтармен және қоғамдық институттармен өзара іс-қимылдың бағыты» түбегейлі өзгерістерге әкелді [26].

Әсіресе, полиция мен қоғамның өзара әрекеттесуіндегі өзгерістердің қажеттілігі ХХ ғасырдың аяғында, еуропалық институттар студенттердің толқуларына ұшыраған кезде байқала бастады; адамзат өркениетінің тарихында алғаш рет қылмыс туралы Статистика сұмдық сандармен өлшене бастаған кезде; есірткі, жезөкшелік, адам саудасы және т. б. құбылыстар күнделікті өмірге айналды, романтизмнің галоына айналды. Демократиялық қоғам зорлық-зомбылық пен қылмыс толқынында тұншығып қалды. Бұл нақты баламаға тап

болды: немесе қылмыстық апат немесе полиция қызметін түбегейлі қайта құру [27].

Полицияны ұйымдастыруға әлеуметтік бағдарланған көзқарас дамыған жерде осы құқықтық институттың бюрократизациясы мен демократиялануы айтарлықтай болатындығы белгілі болды [28].

Жұртшылық өкілдерімен және бұқаралық ақпарат құралдарымен белсенді қарым-қатынас полицияның тиімді жұмысының ажырамас буыны болып табылады, ал полиция қызметі туралы институттандырылған қоғамдық пікір осы ведомство жұмысының негізгі критерийіне айналады. Полицейлер халықтың қоғамдық үміттері мен сұраныстарына сәйкес келуі керек. Полиция басшылары құқықтық тәртіп пен қауіпсіздіктің жай-күйі үшін жұртшылыққа есеп беруі керек. Сонымен, құқық қорғау қызметі тек әлеуметтік бағдарланған ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік жауапты болады. Алайда, кейбір зерттеушілер полицияның халықаралық әлеуметтік рейтингі оның қызметінің тиімділігін анықтаудың ең объективті критерийі ретінде қызмет етеді деп санайды [29].

Сонымен, ішкі істер органдарының қызмет жүйесіндегі коммуникативтік тәжірибелер көпжақты бағытқа ие. Олар халықпен өзара әрекеттесу, қарапайым адамдар мен құқық қорғау органдарының қызметкерлері арасында оң байланыс орнату, сенімділік пен өзара сыйластық атмосферасын құруға қызмет етеді. Осыған байланысты коммуникативтік тәжірибелер сөзсіз имидждік міндеттерді шешуге бағытталған: коммуникацияның нәтижесі ішкі істер органдары қызметінің оң имиджін қалыптастыру болуы тиіс [30].

1995 жылы АҚШ-та 25 мың полиция офицері 25 миллион американдық балалары бар барлық мектептердің 70% - дан астамында жұмыс істеді, оларға қазіргі қоғамның қауіптілігі туралы айтып, есірткінің зияны, балаларды қорғау және полицияның рөлі туралы басты назар аударды. АҚШ-тың қоғамдық санасында полиция балаларға деген қамқорлықпен анықталуы бекер емес, бұл құқық қорғау органдарының беделін арттырады. Әлемге әйгілі Уолт Дисней фирмасы АҚШ, Ұлыбритания, Жапония, Канада және кейбір Еуропа елдерінің құқық қорғау органдарымен өзара тиімді келісімшарттар жасай отырып, Құқық қорғау органдарының имиджін шебер қолданады, бүкіл әлемде өзіне тән символикасы бар өнімдерді сатады және осылайша полиция имиджін танымал етудің тәрбиелік мәселелерін де, оның кейбір экономикалық мәселелерін де шешеді.

АҚШ-та полиция мен қоғам серіктестігінің заманауи әдістері белсенді қолданылады. Бүгінгі таңда әрбір полиция бөлімінде қоғамдық ақпаратты таратуға және баспасөз өкілдерімен байланысқа жауапты қызметкер бар. Алайда, АҚШ-та полиция мен қоғам арасындағы өзара әрекеттесу әрқашан оң нәтиже бермеді. 1970 жылдары полиция халықтың сенімін жоғалтып, сыбайлас жемқорлық пен қатыгездікпен күресуге мәжбүр болды, бұл реформаларды қажет етті. Рино қаласында полицияның имиджін жақсарту үшін бұқаралық

ақпарат құралдарымен байланыс нығайтылды. Қалада бірнеше БАҚ өкілдерімен кездесулер өткізіліп, сауалнама арқылы тұрғындардың полицияға деген көзқарасы анықталды. Нәтижесінде, ақпараттық технологияларды пайдаланып, полицияның имиджін жақсартуға бағытталған шаралар қабылданды, соның ішінде баспасөз өкілдері үшін арнайы байланыс нөмірі тағайындалып, ақпарат алмасу жүйесі жетілдірілді.

Полиция мен БАҚ арасындағы тиімді қарым-қатынас полицияның имиджін жақсартып, қоғамдық қолдауға әсер етеді, бұл Рено қалалық полиция департаментінің тәжірибесімен дәлелденді. Сауалнамалар көрсеткендей, БАҚ-пен қарым-қатынастың жақсаруы оқиғалардың объективті жариялануына және полицияның қоғамдық тәртіпті сақтау бағдарламаларына назар аударуға әкелді. Полицияның ішкі кемшіліктері мен заңсыз әрекеттері туралы хабарламалар азайып, жергілікті газеттерде полицияның қолдауы мен мақтауы көбейді.

АҚШ полициясы қоғаммен жұмыс істеудің түрлі әдістерін, соның ішінде БАҚ-пен өзара әрекеттесуді қолданады. Мысалы, Altus43 ұйымы жүргізген «полиция бөлімшелеріне бару апталығы» зерттеуі полиция бөлімдерінің жұмыс сапасын бағалап, олардың жергілікті халыққа есеп беру деңгейін арттыруды мақсат етеді. Зерттеу нәтижесінде ашықтық, есептілік, қызмет тиімділігі, қамауда ұстау шарттары сияқты көрсеткіштер бойынша полиция бөлімдерінің рейтингі жасалды.

Бразилияда халық пен полиция арасындағы қатынастар 60-70 жылдары авторитарлық биліктің әсерінен шиеленісті. Полиция көбінесе репрессиялық күш ретінде қаралып, бұл жағдай саяси дамуға кедергі келтіріп, полицияның беделіне зиян келтірді. 90-шы жылдары қоғамның ықпалы артып, қоғамдық қауіпсіздік мәселелері БАҚ-тың назарын аударды. Полиция мен қоғам, әсіресе зорлық-зомбылықтан зардап шегетін кедей қауымдастықтардың арасындағы тығыз қарым-қатынасты орнату үлкен мәселе болды. Қазіргі таңда Бразилияда полиция мен қоғамның өзара әрекеттесуін арнайы PR бөлімшелері жүзеге асырады, олардың негізгі мақсаты – полицияға деген қоғамдық пікірді өзгерту. Сонымен бірге, БАҚ-тың сенсациялар мен науқандарға бейімділігі мен азаматтармен жұмыс істеуде әлеуметтік мәртебенің әсері ескеріледі.

Сонымен, соңғы төрт онжылдықта халықпен жұмыс демократиялық полицияның басым парадигмасы ретінде берік орнықты. Ұлыбритания Еуропалық кеңістіктегі полиция қауымдастығының негізгі принциптерін анықтауда жетекші рөл атқарды, ал континентальды Еуропаның басқа елдері оны біртіндеп ұстанды [31].

Полициямен өзара іс-қимыл алғаш рет азаматтарды халықтық полиция академияларында оқыту арқылы жүзеге асты. Бұл идея 1977 жылы Англияда полицияның кешкі мектебін құрумен басталып, мақсаты азаматтарды полиция қызметінің міндеттері мен сипатын түсіндіру болды. Мұндай мектептер полицияға деген оң көзқарас қалыптастырып, полиция мен азаматтар арасындағы қарым-қатынасты нығайтты. Кешкі мектепті бітіргендер полиция

қызметінің маңызын жақсы түсініп, полицейлермен жиі байланысқа шықты.

1983 жылдан бастап Лондон полициясы халық арасында сауалнама жүргізіп, күш құрылымдарының өзекті мәселелерін анықтайды. Сауалнама нәтижелері конференцияларда, веб-сайттарда және басылымдарда талқыланады. Лондон тұрғындарының 6,7% -ы полиция мен қоғам арасындағы қарым-қатынас мәселесін көтерді. Олар полиция қызметкерлері қылмысты тергеумен қатар, кез келген қиындықта тұрғындармен байланысуы қажет деп санайды [32].

Германияда қоғаммен байланыс орнату тәжірибесі қызықты. Федералдық жерлердің әрбір ПМ-інде полиция төралқалары мен басқармаларында БАҚ және жұртшылықпен жұмыс бөлімдері бар. Бұл бөлімдер БАҚ-пен өзара іс-қимылды ұйымдастырып, ақпараттарды дайындап, таратады. Әрбір жер ПМ-нің ведомстволық басылымы — «Полиция» журналы, ал Полиция Одағының өз «полиция курьері» журналы бар. Сонымен қатар, Германия полициясының ресми сайтында (<http://www.polizei.de/>) ақпарат күн сайын жарияланады [33].

Италияның ішкі істер министрлігінде баспасөз және ақпарат басқармасы жұмыс істейді, оның басшысы министрдің баспасөз хатшысы болып табылады. Бұл басқарманың қызметі екі негізгі бағытта жүзеге асырылады: министрліктің халықты ақпараттандыру және БАҚ-пен байланыс жұмыстарын бақылау, сондай-ақ коммуникациялық кампанияларды әзірлеу және олардың әлеуметтік мүдделерге сәйкестігін бағалау, сонымен қатар министрліктің интернет-сайтының жұмысын үйлестіру.

Құқық қорғау органдарының ашықтығы мәселесі Украина мен Моңғолия сияқты елдер үшін маңызды. Украина ПМ жүйесінде қоғаммен байланыс бөлімшесі 1992 жылы құрылып, 2011 жылдан бастап «Украина ПМ қоғаммен байланыс басқармасы» деп аталады. Қазіргі таңда Басқарма ПМ қызметі туралы ақпарат беру жүйесін қалыптастырды. БАҚ үшін аптасына бір рет брифингтер мен баспасөз конференциялары өткізіліп, ПМ лауазымды тұлғаларының түсініктемелері беріледі. Сондай-ақ, журналистер мен жұртшылық күн сайын ПМ ресми сайтынан және электронды пошта арқылы ақпарат ала алады. Милиция қызметін насихаттау, мамандықтың беделін арттыру мақсатында имидждік іс-шаралар жиі ұйымдастырылады.

Моңғолияда 1999 жылы бас полиция басқармасының бастығы «Полицияның ақпараттық қызметі туралы» бұйрыққа қол қойды, онда полиция органдарының қылмыстарды ашу, тергеу және қоғамдық тәртіпті сақтау туралы ақпарат беру міндеті бекітілді. Осыған орай, ақпарат, талдау және бағалау бөлімі құрылып, оның қызметі ақпараттық саясатты әзірлеу және полицияның жұмысын жұртшылыққа жеткізуге бағытталды. Полиция телестудиясы «полиция жаңалықтары» бағдарламасын шығарды, ал барлық полиция бөлімдерінде ақпараттық қызметке жауапты қызметкерлер штатқа енгізілді. Қазіргі таңда Моңғолияда БАҚ-та полиция жұмысына қатысты ай сайын 200-ге жуық материал жарияланады. Ақпараттық-талдау орталығы полицияның оң

имиджін қалыптастыруға бағытталған жұмыстарын жалғастыруда [34].

Полицияның қоғаммен байланыс орнатудағы халықаралық тәжірибесі құқықтық тәртіп жүйесінің маңызды бағыты екенін көрсетті. Қазақстандағы құқық қорғау органдары мен азаматтардың өзара іс-қимылының тарихы әртүрлі болды: кеңестік кезеңде милицияның имиджі жоғары болса, 90-шы жылдары сыбайлас жемқорлық және міндеттерін орындамау салдарынан сенім төмендеді. Осы жағдайды түзету мақсатында 2011 жылы реформалар басталып, полиция атауы өзгертілді. Реформаның басты мақсаты полиция қызметкерлерінің беделін арттыру болды.

Полицияның оң имиджін қалыптастыру және беделін арттыру халықтың тәртіп сақшыларын қабылдауының барлық аспектілерін ескеруін талап етеді. Қазіргі шетелдік теоретиктер полиция қызметкерінің сыртқы келбетінің маңызды рөлін атап өтеді. Полиция формасының дизайнын жасауға ең танымал батыс дизайнерлері тартылып, ол полицейдің жоғары материалдық-техникалық жағдайын, өзін-өзі тәрбиелеуін, міндетіне және азаматтарға деген қатынасын көрсетеді. Мұндай келбет халықтың құқықтық тәртіп органдарымен өзара іс-қимылы бойынша сенімін арттырады. Кәсіби полиция мекемелерінің арнайы формалары да тәрбие беру қызметін атқарады. Полиция беделін арттыруға арналған имидждік технологиялар қоғамдық пікірді ескере отырып, халықтың қолдауына негізделеді. Нәтижесінде, мемлекет, полиция және азаматтар бірлесіп, кәсіби, мәдениетті, адал полицейдің тартымды имиджін қалыптастырып, оны сақтайды, бұл өз кезегінде полицияның халық арасында жоғары беделге ие болуына әсер етеді.

Полицияның имиджі оның қызметтік міндеттерін тиімді орындауына және кәсіби құрамының сапасын арттыруға ықпал ететін маңызды фактор болып табылады. Білім беру мекемелеріне қабылданатын талапкерлердің сапалық құрамын жақсартуға деген қызығушылық артып, жоғары білікті маман болуға ниет білдірушілердің саны көбейіп келеді. Бұл үрдіс, өз кезегінде, тек ең үздіктерді іріктеу мүмкіндігін туындатып, оқу процесінің нәтижелілігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Бұл кіші бөлімнің қорытындысында шетелдік тәжірибені зерттеу халық арасында полиция қызметкерлеріне деген сенімді арттыру мәселесі бойынша бірнеше маңызды факторларды ескере отырып, кешенді тәсілді қолданудың қажеттілігін көрсетеді. Әр түрлі елдердің тәжірибелері азаматтардың полицияға деген сенімін нығайтуға ықпал ететін бірнеше тиімді стратегияларды айқындайды:

1. Полиция жұмысының ашықтығы: Халықпен ашық қарым-қатынас жасап, өз қызметі туралы есеп жариялап, жұмыс нәтижелерін бөлісетін елдерде азаматтардың сенімі жоғары болады. Ашықтық сыбайлас жемқорлық пен тиімсіздікке күдік туғызбай, полицияның халыққа қызмет көрсету сапасын жақсартуға бағытталған ниетін көрсетеді. Швецияның бұл саладағы тәжірибесі мысал бола алады, мұнда құқық қорғау органдары өз қызметі туралы есептерді

белсенді жариялайды.

2. Әлеуметтік бағдарламалар және полицияның қоғам өміріне қатысуы: Бірқатар елдерде полицияның әлеуметтік жобаларға қатысуы және жергілікті қауымдастықтармен жұмыс жасауы сенімді қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Ұлыбританияда полиция білім беру мен алдын алу бағдарламаларына қатысып, жергілікті мәселелерді шешуге ықпал етеді. Бұл, өз кезегінде, полиция мен азаматтар арасындағы шиеленісті азайтып, сенімді қарым-қатынас орнатуға көмектеседі.

3. Полицияның халыққа қол жетімділігі мен жақындығы: «Халыққа жақын полиция» құру — сенім деңгейі жоғары елдердегі маңызды аспект. АҚШ пен Канадада «қауымдастық полициясы» тәжірибесі кең таралған, бұл жерде полицейлер қоғамдастықтың бір бөлігі болып, азаматтармен тікелей қарым-қатынас жасайды, іс-шараларға қатысады және жергілікті мәселелерді шешеді. Бұл жақын қарым-қатынас орнатуға және сенімді нығайтуға көмектеседі.

4. Полиция қызметкерлерінің білімі мен кәсібилігі: Полиция қызметкерлерінің кәсібилігі мен Әдеп мінез-құлқы да сенім деңгейіне әсер етеді. Германия мен Норвегия сияқты елдерде полиция қызметкерлерін оқыту, соның ішінде адам құқықтары, қарым-қатынас мәдениеті және қақтығыстарды басқару курстары жүргізілуде. Бұл дағдылар азаматтармен жұмыс істеу қабілетін арттырып, халықпен қарым-қатынастағы шиеленісті төмендетеді.

5. Тәуелсіздік және полиция қызметін бақылау: Полицияның саяси ықпалдан тәуелсіздігі мен полицейлердің іс-әрекетін бақылаудың болуы маңызды фактор болып табылады. Канада мен Австралия сияқты елдерде полиция қызметіне қатысты шағымдарды тергеу үшін тәуелсіз органдар құрылып, бұл азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімін арттырады. Мұндай бақылау тетіктері билікті асыра пайдалану жағдайларын азайтып, тергеудің әділдігіне деген сенімді қамтамасыз етеді.

Осылайша, шетелдік тәжірибе полицияға деген сенімді арттырудың мүмкіндігін ашықтық, кәсібилік, қоғаммен байланыс және азаматтармен қарым-қатынас жасау үшін заманауи технологияларды белсенді түрде қолдану арқылы қамтамасыз ететінін көрсетеді. Полиция тек құқықтық тәртіпті қамтамасыз етіп қана қоймай, сондай-ақ қоғам алдында көрінетін, қолжетімді әрі жауапты болуы тиіс. Бұл принциптердің жергілікті жағдайға бейімделуі халықтың сенімін арттырып, азаматтар мен құқық қорғау органдары арасындағы қарым-қатынасты айтарлықтай жақсарты алады.

2. Полиция қызметі туралы теріс стереотиптің себептік кешені және оны жеңудегі БАҚ рөлі

2.1 Полиция қызметі туралы теріс стереотиптің пайда болуының негізгі себептері

Құқық қорғау органдарының қазіргі қоғамның тұрақтылығы мен қауіпсіздігін қамтамасыз етуіндегі рөлін артық бағалау қиын. Адам өмірінің әртүрлі аспектілерін заңдар мен нормативтік актілер арқылы реттеу қажеттілігі туындайды, ал сол нормаларды жүзеге асырудың тұрақтылығы мен заңдылығы құқық қорғау органдарының міндеттеріне кіреді. Осы орайда, әрбір заманауи тұлға құқық қорғау органдарымен белгілі бір деңгейде өзара әрекеттесуге мәжбүр. Құқық қорғау органдарының міндеттерді орындау сапасы және қоғамдық қауіпсіздіктің деңгейі көбіне азаматтардың оларды қолдауына және сеніміне тәуелді [35].

Азаматтардың сенімі құқықтық тәртіп қызметкерлерінің қызметінің негізгі негізі болып табылады, себебі бұл сенімсіз қоғамда адамдардың құқықтары мен бостандықтарын қорғау ешқандай мағынаға ие болмайды. Л.В.Зубова атап көрсеткендей: «Тек адам ғана заңды іске асырып, қоғамдағы мінез-құлықты жалпыға танылған құқықтық нормаларға сәйкес бағалай алады» [36].

Қоғам тарапынан полиция қызметіне объективті баға беру үшін алдымен сенім, кейін құрмет қалыптасуы қажет. Сенім – көп реттік өзара әрекеттесу негізінде туындайтын, жеке шешімдер мен әрекеттерге сүйенетін әлеуметтік қатынас. Бұл ұғым нәтиже емес, қағидаттарға негізделіп қалыптасатынын ескеру маңызды. Халық сенімінің негізін бейтараптық, заң талаптарын бұлжытпай орындау, принциптілік пен барлық азаматтарға тең көзқарас құрайды.

Сенім дәрежесі азаматтардың полициямен ұзақ мерзімді қарым – қатынасының негізгі факторы болып табылады. «Сенім өзара әрекеттесетін екі субъектінің де ұқсас белгілері бар екенін білдіреді: өзіне және бір-біріне тең серіктестер ретінде қарайды, яғни олардың әрқайсысы өзіне және екіншісіне бірдей сенеді. Бұл жағдайда өзара әрекеттесудің идеалды моделі туралы айтуға болады, өйткені бұл шынайы диалогтық қарым-қатынастың пайда болуына ықпал етеді» [37].

Қазіргі уақытта қоғамдық пікір полиция қызметін ресми бағалаудың негізгі белгілерінің бірі болып табылады. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының 2025 жылғы 24 қаңтардағы ресми деректеріне сәйкес «халықтың құқық қорғау органдарына және сот жүйесіне деген сенім деңгейі», оның ішінде полиция қызметкерлерінің қызметі оларға сенуге қаншалықты бейім [38]. ҚР ІІМ-нің Құқықтық тәртіп органдарының халық сенімін арттыруға

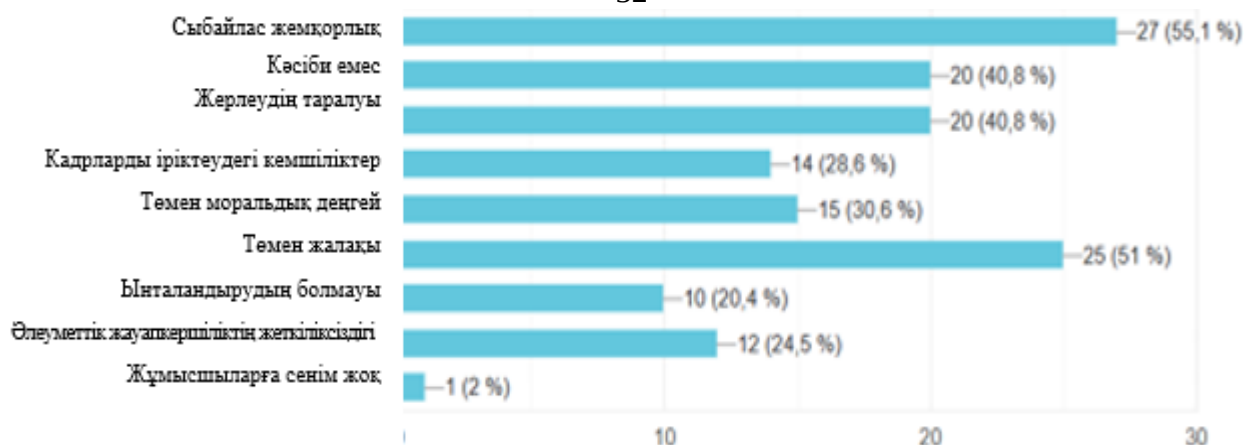
бағытталған күш-жігеріне қарамастан, қоғамда ПО қызметкерлеріне деген сенімсіздік күшейіп отыр. Бұл құбылыстың объективті себептері бар, алайда олардың арасында бұқаралық ақпарат құралдары мен телекоммуникация желілеріндегі теріс ақпараттың кең таралуы маңызды орын алады. Кейбір ақпараттар нақты фактілерді көрсетуі мүмкін, бірақ ПМ бұл теріс әрекеттермен тиімді күрес жүргізіп жатқанын да мойындау қажет. 2024 жылдың қорытындысы бойынша полицейлердің әрекетіне/әрекетсіздігіне қатысты 1174 сыни материал жарияланған. ПМ көбіне қызметкерлердің заңдық міндеттерін білмей, әдеп нормаларын сақтамағандықтан сынға ұшырайды. Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдары мен телекоммуникация желілеріндегі барлық ақпарат шындыққа сәйкес келмейді. ПО қызметкерлерінің беделін түсіруге бағытталған фактілерге ерекше назар аудару қажет.

Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросы 2024 жылдың қазан-қараша айлары аралығында сауалнама жүргізді. Сауалнамаға республиканың түкпір-түкпірінен 13 891 618 респондент қатысты, оның ішінде қалалық жердің тұрғындары 8 735 681 және 5 155 937 ауылдық жерлердің тұрғындары, ер жынысы бойынша 6 689 875 және 7 201 742 әйел.

Сауалнама нәтижелері бойынша полицияға сенім білдірілді- 64,3%, ішінара сенемін- 26,9%, керісінше сенбеймін- 3,9%, сенбеймін- 3,4% және жауап беру қиынға соғады- 1,5%.

Сонымен бірге, сенімсіздік пайызы сақталуда, полицияға сенімсіздік себептері анықталды, сауалнама нәтижелері бойынша респонденттердің 33,7% - ы өздерін жемқор деп санайды, 20% - ы абыройсыздық, формализм және бюрократия, 19,1% жауап берді бұрын кездескен және оң нәтиже алмаған, 17,1% белсенділік құқықтарды қорғаудан гөрі жазалау шараларымен байланысты азаматтар, респонденттердің 16,6%- ы қорқынышпен жауап берді, байланыспаған дұрыс, бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) 13,4%- ы, 11,5%- ы бұл құрылыммен ешқашан кездеспегенін, 3,7%- ы мемлекеттік органдарды қорғады деп жауап берді, азаматтар емес, мемлекеттік органның 7,5% жабықтығы, 0,1% басқа себептерді көрсетті.

Біз полиция қызметкерлеріне теріс көзқарастың себептерін зерделеу мақсатында әлеуметтік сауалнама жүргіздік, оған 49 азаматтық респондент қатысты. Біздің мақсатымыз қоғамның сенімсіздігінің негізгі себептерін анықтау болғандықтан, «құқық қорғау органдарының жұмысындағы кемшіліктердің себептері» сұрағына респонденттердің көпшілігі сыбайлас жемқорлықты – 55,1%, төмен жалақыны – 51%, кәсібилік пен қабілетсіздікті – 40,8%, жерлестік және туыстық байланыстардың таралуын – 40,8% көрсетті [38].



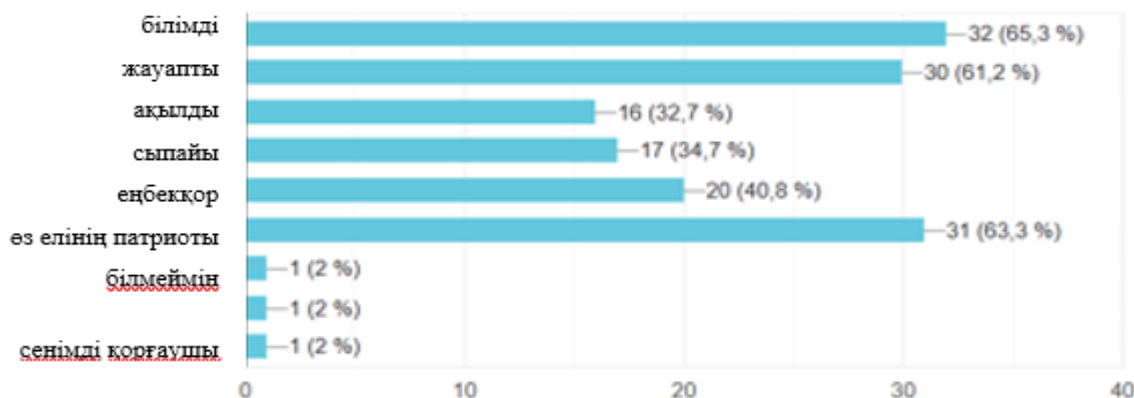
Сурет 1 - Құқық қорғау органдарының жұмысындағы кемшіліктердің себебі

Азаматтардың полиция жұмысы туралы пікірін қалыптастыруға ең үлкен әсер ететін факторларға респонденттердің 42,9% – ы жаңалықтар мен публицистикалық телешоуларды, 32,7% - ы полиция қызметкерлерімен жеке қарым-қатынас тәжірибесін, әлеуметтік желілерді, сондай-ақ 24,5% - ы достарымен, таныстарымен және отбасы ортасында әңгімелесулерді атап өтті [38].



Сурет 2 -ПО жұмысы туралы азаматтардың пікірін қалыптастыруға қандай факторлар әсер етеді

Сондай-ақ, біз респонденттерден полиция қызметкерінің оң бейнесі қандай деп ойлайтынын сұрауды ұмытқан жоқпыз. Көбісі, бұл 65,3%, жауап берді: білімді, өз елінің патриоты – 63,3%, жауапты – 61,2%. Сонымен қатар, 2% сенімді, қорғаушы, адал және принципшіл деп қосты [38].



Сурет 3 - Полиция қызметкерінің оң бейнесі қандай деп ойлайсыз

Осылайша, жалпы ҚР азаматтарының полицияға деген сенімін арттыруды, азаматтардың полицейлердің жұмысына деген біртіндеп қалыптасып келе жатқан және орнықты құрметін айта отырып, полицейлердің имиджін нығайту бойынша тұрақты және мақсатты жұмыс жүргізіліп жатқанын растауға болады.

Полицияның жұмысы туралы оң пікір қалыптастыруға бұқаралық ақпарат құралдарында қызметкерлердің күнделікті іс-әрекетін жариялау көп жағынан ықпал етеді. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының нәтижелері полицияға деген сенімнің жеткіліксіз деңгейін айқын көрсетті. Алайда сенім деңгейінің артуы үшін полицейлердің өз лауазымдық міндеттерін орындауы, сондай-ақ жалпы қоғаммен жұмыс істеу бойынша одан әрі жұмыс қажет [38].

Бүгінде бұқаралық ақпарат құралдары — ақпарат алудың негізгі әрі кең таралған көзі екені белгілі. Құқық қорғау органдарына деген қызығушылық халықтың әртүрлі топтары арасында көбіне ақпараттық порталдар, сайттар мен телебағдарламалар арқылы қалыптасады. Алайда, осы тақырыптарға деген қызығушылықта белгілі бір таңдамалылық байқалады. Полиция қызметкерлерінің кәсіби жұмысы, оның ішінде қылмыстарды ашу, қылмыстық хроника, қоғамдық тәртіпті сақтау және халықтың қауіпсіздігін қамтамасыз ету, полициядағы сыбайлас жемқорлық, сондай-ақ полиция мен азаматтар арасындағы қарым-қатынастарға қатысты материалдар үлкен назар аудартады.

Қазақстанда құқық қорғау органдары қызметкерлеріне қатысты теріс қоғамдық көзқарастың қалыптасуына бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалы айтарлықтай. БАҚ өз рейтингін арттыру мақсатында жекелеген құқық бұзушылықтар мен жанжалдарға ерекше назар аударады, нәтижесінде құқық қорғау жүйесінің тұтас қызметіне қатысты жағымсыз стереотиптер қалыптасады. Мұндай ақпараттық тәсілдер заң аясында адал еңбек етіп жүрген қызметкерлердің кәсіби беделіне де кері әсерін тигізеді [39].

Бұқаралық ақпарат құралдарында, оның ішінде ғаламтор желілерінде

құқық қорғау органдары қызметкерлерінің жұмыс орындарында ұйықтап, алкогольді ішімдік ішкен күйде немесе қоғамдық тәртіпті бұзғаны туралы бейнелер мен фотосуреттер жиі жарияланады. Бұл жағдайлар құқық қорғау органдарының имиджіне нұқсан келтіріп, әдеп нормалар мен заң талаптарын сақтамауды, кадрларды іріктеу мен орналастырудағы және тәрбие жұмысының жетіспеушілігін көрсетеді [40].

Елде құқық қорғау органдары қызметкерлерінің БАҚ-та бейнеленгенінен әлдеқайда жақсы жұмыс істейтініне сенетіндер көп. Бұл тұжырым көбінесе азаматтардың құқық қорғау қызметкерлерімен жеке оң тәжірибесіне негізделген. Осыған орай, құқық қорғау қызметкерлерінің бейнесін қоғамды қылмыстың теріс көріністерінен қорғайтын қорғаушы ретінде насихаттау қажет деп санаймыз. АҚШ-та полиция қызметкерлерінің жұмысы туралы сериалдар мен фильмдер жиі шығады. Отандық мазмұнды зерттеу көрсеткендей, біздің елде бұл бағытта аз жұмыстар жүргізілуде, ал қазіргі туындыларда полицейлер көбінесе теріс сипатта бейнеленеді. Мысалы, «Патруль» телехикаясында құқық қорғаушылар сыбайлас жемқорлыққа батқан, жалқау ретінде көрсетіледі.

Оң имиджді қалыптастыруға тек БАҚ ғана емес, құқық қорғау органдарының өздері де қатысуы тиіс. 2020 жылдан бастап ҚР ПМ үшінші жылында «Серт» республикалық әдеби байқауын өткізеді [41].

Байқаудың басты мақсаты – елдегі қауіпсіздік пен тәртіпті қамтамасыз етіп жүрген полиция қызметкерлерінің ерлік істерін насихаттау, халықтың құқықтық санасы мен құқықтық мәдениетін арттыру, ІІО қызметкерлерінің күрделі де қауіпті жұмысына қоғам назарын аудару, сондай-ақ қазақстандық детектив жанрын дамыту болып табылады. Байқау қорытындысы бойынша шығармалар жинағы жыл сайын жарық көреді. Алайда, осы шығармалар желісі бойынша полиция қызметкерлерінің оң имиджін қалыптастыру мақсатында оларды мадақтайтын фильм түсіруге де болады. Адалдық, кәсібилік және батылдық- құқық қорғау органдары қызметкерлеріне тән болуы тиіс ең маңызды қасиеттер екенін атап өткен жөн. Алайда, социологиялық сауалнамалар, өкінішке қарай, құқық қорғау саласындағы қызметкерлерге сыбайлас жемқорлық, парақорлық, әділетсіздік пен қатігездік сияқты теріс қасиеттердің де тән екенін көрсетеді. Азаматтардың пікірінше, бұл жағымсыз қасиеттердің ішінде сыбайлас жемқорлық бірінші орынға шығып отыр- бұл жай кездейсоқ емес.

Сыбайлас жемқорлық Қазақстан Республикасында өзекті мәселелердің бірі. Құқық қорғау органдары қызметкерлерін пара алуға итермелейтін факторлар арасында ашкөздік, қосымша пайда табуға ұмтылыс, заңсыз әрекеттің салдарын түсінбеу жиі кездеседі. Қызметкерлер көбінесе қосымша табыс іздеуге мәжбүр болып, заң бұзуға барады. Бұл мәселені шешу үшін олардың жалақысын арттыру пайдалы болуы мүмкін. Материалдық ынталандыру жұмыс сапасына тікелей әсер етіп, құқық қорғау органдарын қаржылық тұрғыдан қамтамасыз ету азаматтардың осы салаға деген

көзқарасына ықпал етеді.

Құқық қорғау органдарының күнделікті қызметі құқық бұзушылықтарды анықтау бойынша жедел жұмыстан ғана тұрмайды. Ол сондай-ақ азаматтардың құқықтарын түрлі қол сұғушылықтардан қорғауға бағытталған. Осы себепті азаматтардың өтініштерін жан-жақты, толық және уақтылы қарау ерекше рөл атқарады.

Құқық қорғау органдарына деген сенім мәселесіне арналған зерттеу Йель университетінің құқық мектебінің ғалым-психологы Т.Тайлер, Калифорния университетінің (Лос-Анджелес) профессоры Ф.Гофф және Стэнфорд университетінің құқық мектебінің зерттеушісі Р.Мак Коун тарапынан жүргізілді. Бұл зерттеу нәтижесінде құқық қорғау органдарына деген сенім олардың қолданатын рәсімдерінің қоғам тарапынан әділ және толық деп қабылдануына байланысты екені анықталды. Ғалымдар бұл идеяны «процессуалдық әділеттілік» деп атады [42].

Т.Тайлер мен оның әріптестерінің зерттеулеріне сүйенсек, процессуалдық әділеттілікті дамыту үшін келесі негізгі аспектілерге назар аудару қажет:

- жұртшылықтың қатысуы: әлеуметтік тәртіпті басқару стратегияларын әзірлеуге кеңірек қоғамдастықты тарту қоғамның мойындауы мен қолдауын ынталандырады;
- бейтараптық: ережелерге негізделген ашық шешім қабылдау процесіне қатысу полиция қызметінің саясаты мен практикасы әділ және бейтарап екенін көрсетеді;
- сыйластық: азаматтарға құрметпен қарау олардың құқықтарының сақталатындығын көрсетеді;
- сенімділік: адамдардың қажеттіліктері мен мәселелеріне сезімталдықтың көрінісі полицияның оған жүгінетіндер үшін ең жақсысын жасауға тырысатынын көрсетеді [42].

Осылайша, құқық қорғау органдарының қызметі туралы тұтас идеяны қалыптастыруға келесі факторлар көбірек әсер етеді деп айтуға болады:

- белгілі бір өмірлік жағдайлар кезінде құқық қорғау органдарының қызметкерлерімен тікелей байланыс;
- бұқаралық ақпарат құралдары ұсынған ақпарат;
- белгілі бір уақыт аралығында қоғамда қалыптасқан стереотиптер.

2.2 Халықтың полиция туралы сенімін қалыптастыруда ықпал ету құралы ретінде БАҚ ресурстарын пайдалану тетігінің тиімділігін талдау

Соңғы уақытта қазақстандық қоғам өзін ақпараттық қоғам ретінде белсенді түрде танытып келеді, ал оның тыныс-тіршілігінің әрбір саласы БАҚ-та жарияланады. Жеткілікті ресурстармен БАҚ қоғамға әсер ете алады, қоғамдық пікір қалыптастырады және белгілі бір басымдықтарды белгілей алады.

Құқықтық институттардың, әсіресе полиция органдарының қызметі бұқаралық ақпарат құралдарының тұрақты бақылауында. Бұл олардың жеке және қоғамдық қауіпсіздікті қамтамасыз ету, азаматтарды қылмыстық қауіп-қатерден қорғау міндеттерімен байланысты. Осыған орай, қоғамда полиция туралы оң қоғамдық пікір қалыптастыру өзекті мәселеге айналып отыр. Полиция қызметінің тиімділігі азаматтардың қолдауы мен түрлі жолдар арқылы қалыптасатын қоғамдық сенімге тікелей тәуелді.

Қоғамның полиция органдарына деген көзқарасына әсер ететін негізгі факторлардың бірі-полицияның оң имиджі. «Имидж» сөзі (ағылш. «сурет», лат. «імажо» бейнесі, түрі) біз насихаттау, жарнама және т.б. мақсатында біреуге эмоционалды-психологиялық әсер етуі мүмкін белгілі бір тұлғаның, құбылыстың, объектінің мақсатты түрде қалыптасқан бейнесі ретінде түсінеміз [43].

Қазақстан Республикасында полиция имиджін қалыптастыруға тұжырымдамалық тұрғыдан қарау соңғы жылдары ғана қолға алынды. Бұл үдеріс азаматтар арасында құқықбұзушылықты азайтуға ықпал ететін маңызды фактор ретінде қарастырылуы қажет. Полиция өз қызметінің тиімділігін арттыру үшін азаматтардың сеніміне ие болып, қолдауына сүйенуі тиіс, бұл өз кезегінде қоғамда полицейдің жағымды бейнесін орнықтыруға мүмкіндік береді [44].

Полиция қызметкерінің имиджін қалыптастыру негізінен жоғары кәсібилікке, құқықтық мәдениет пен кәсіби даярлық деңгейіне, сондай-ақ адамгершілік қасиеттерді дамытуға бағытталуы тиіс. Жағымды имидждің маңызды компоненттері — қарым-қатынас жасау, түсіністік пен сыйластық таныту қабілеті. Полиция қызметкерлерінің ақылдылығы, адалдығы, әділдігі мен әдептілігі азаматтардың құқықтары мен қауіпсіздігін қорғауда сенімді қамтамасыз етеді.

Қоғамдық пікірді қалыптастыруда, атап айтқанда, қазіргі полицейдің оң және теріс имиджін қалыптастыруда азаматтардың ақпаратты қабылдауына тікелей әсер ететін БАҚ маңызды рөл атқарады. Алайда, мұндай әсердің нәтижесі барлық жағдайда полицейдің оң имиджін қалыптастыруға ықпал етпейді және көбінесе керісінше әсер етеді.

Т.Адорно, А.Моль, Ю.Хабермас, В.Шрам, Д.Маккуэйл сияқты зерттеушілердың көзқарасы бойынша «бұқаралық коммуникация теориясы мен оның құралдары мемлекеттің әлеуметтік-мәдени және саяси процестерінде басым орын алады» [45]. Сондықтан БАҚ-та ұсынылған ақпарат полицияның жалпы жүйе ретіндегі имиджін қалыптастыруға әсер етеді және азаматтардың санасында белгілі бір стереотиптерді қалыптастырады.

Қазіргі қоғамның ақпараттық екенін ескере отырып, кез-келген қызмет ортасы, әсіресе полиция қызметкерлері БАҚ-тың бақылауында. «Масс-медиа туралы» Қазақстан Республикасы Заңының 1-бабына сәйкес оларға мыналар жатады: мерзімді баспасөз басылымы, теле-, радиоарна, интернет-басылым»

[46].

«Тиісінше, БАҚ-тағы полиция қызметкерлері туралы ақпаратты үш топқа бөлуге болады:

- полицейлердің қызметін жақсы жағынан көрсететін оң ақпарат;
- полиция органдарын теріс жағынан көрсететін теріс ақпарат, бұл қызметкердің имиджіне тікелей теріс әсер етеді;
- азаматтарды оқиғалар, жұмыс тиімділігі және т. б. туралы ешқандай эмоционалды бояусыз хабардар ететін бейтарап ақпарат» [47].

Полиция қызметкерлерінің имиджінің маңыздылығын Мемлекет басшысы, сондай-ақ Үкімет пен ҚР ІІМ өкілдері атап өтті. Мысалы, 2023 жылғы маусымда ҚР ІІМ алқасының отырысында ҚР Президенті Қ.Қ. Тоқаев «...жұртшылықтың көз алдында полиция қылмыстың алдын алатын және заңның нақты орындалуын қамтамасыз ететін сенімді қорғаныс, тірек, күш ретінде қабылдануы керек. Алайда, бүгінде полицияның имиджі мен халық арасындағы беделі бұл идеалға сәйкес келмейтінін өкінішпен айту керек» [48]. Қазіргі таңда әлеуметтік желілер мен телебағдарламаларда полиция қызметкерлерінің қатысуымен болған сыбайлас жемқорлық, қызметтік өкілеттігін асыра пайдалану, парақорлық, жол-көлік оқиғалары сынды жағдайлар жиі жарияланып, кең қоғамдық резонанс тудырады. Мұндай ақпараттың таралуы мен оны объективті бағалаудың жеткіліксіздігі құқық қорғау органдарының жалпы имиджіне және жекелеген қызметкерлердің беделіне кері әсер етіп, қоғам санасында теріс пікір қалыптастырады.

«Қазіргі уақытта, басқа елдермен салыстырғанда, елдегі заманауи полиция қызметкерінің көркем бейнелерін жасайтын детективтік сериалдар мен фильмдердің аздығын атап өткен жөн. Полиция қызметкерлерінің нақты жанқиярлық әрекеттеріне, кәсіби даярлықтың жоғары деңгейін насихаттауға бағытталған іс-шараларға арналған бағдарламалардың айтарлықтай тапшылығы байқалады. Айта кету керек, адамдардың көпшілігі полиция туралы өз пікірлерін қылмыстарды ашудың нақты статистикасы негізінде емес, телехикаялардағы детективтердің идеалдандырылған бейнелерінің әсерінен қалыптастырады.

«Бұқаралық ақпарат құралдары имиджді қалыптастыру мен өзгертудің қуатты құралы» деген пікірмен келіспеуге болмайды, бірақ қазіргі уақытта олар өте тиімсіз қолданылады. Интернетті пайдалану бұл мәселені шешудің үлкен әлеуетіне ие. Қалыптасқан пікірді өзгерту үшін, ең алдымен, жаңа ақпарат алу қажет. Қазіргі қоғамды кеңінен ақпараттандыру жағдайында интернет желісі Ақпаратты таратудың ең қарапайым және қолжетімді арнасы болып табылады» [49].

Шетелдік тәжірибеге сәйкес, полиция органдарының әлеуметтік рөлін бағалауға ерекше көңіл бөлінеді, себебі полиция қызметі қоғаммен тығыз ынтымақтастықта жұмыс істейді. Бұл тұжырымдама бойынша, қазіргі өркениетті қоғамда полиция жазалаушы емес, әлеуметтік қызметтердің кең

ауқымын ұсынатын тәулік бойғы орган болып табылады. Полицияның қызметтеріне шұғыл медициналық және психологиялық көмек, жоғалған адамдарды іздеу, жол жағдайында қиындыққа тап болған жүргізушілерге көмек көрсету және жануарларды құтқару жатады. Бұл қызметтердің үлесі АҚШ-тағы барлық полиция қоңырауларының 30-40% құрайды. Мұндай тәсілде қаржылық пайда емес, халықтың полиция алдында қойған мәселелерін шешуге баса назар аударылады. 1829 жылы Р.Пил ұсынған полиция қызметінің бір принципі бүгінгі күнге дейін өзектілігін жоғалтпайды: «Полиция — бұл қоғам, ал қоғам-полиция, әрдайым халықпен қарым-қатынасты сақтай отырып, тарихи дәстүрлерді бейнелейді» [50].

Полицияның беделін арттыруға арналған имиджмейкерлік технологияларды әзірлеуде қоғамдық пікір ескеріледі, әрі халықтың қолдауы маңызды рөл атқарады. АҚШ пен Ұлыбританияда полицияның тиімділігін бағалаудың басты критерийлерінің бірі — халықпен, әсіресе әлеуметтік және этникалық топтармен қарым-қатынас, сондай-ақ полицияға келіп түскен шағымдар саны мен қоғамдық имиджінің сапасы [51].

Германияда құқық қорғаушылар жалпыға бірдей құрметке ие. Германияда «сенім дәрежесі бойынша полицейлер дәрігер және өрт сөндіруші мамандығынан кейін үшінші орында» [52].

Шетелде полицияның оң имиджін қалыптастыруда мәдениет және өнер өкілдері белсенді түрде қатысады, бұл мақсатқа айтарлықтай қаржы жұмсалады. Мемлекеттік тапсырыстармен әлемдік кино жұлдыздары қатысатын бюджеттік экшн-фильмдер, триллерлер және сериалдар түсіріледі. Экрандағы полиция қызметкерлері батыл, адал, білімді және ұқыпты бейнеде көрсетіледі, мұндай образдарды Ален Делон, Ж.Депардье, А.Шварценеггер, М.Дуглас, С.Сталлоне, Аль Пачино және басқа да жұлдыздар сомдайды. БАҚ құқық қорғау органдарының оң бейнесін нығайту үшін ең жақсы эфир уақытында полиция туралы фильмдер мен бағдарламалар көрсетеді, бұл азаматтардың заңға құрметпен қарауына ықпал етеді. Сондай-ақ, теледидар мен радиода полицейлерді «тиімді» сөйлеуге үйрететін арнайы курстар жүргізіледі, бұл халықтың жанашырлық пен өзара әрекеттесуіне ықпал етеді. Нәтижесінде полиция қызметкерлерінің бейнесі интеллект, бастамашылық, батылдық, әділеттілік және шешім қабылдау қабілеттері сияқты жағымды қасиеттермен байланыстырылады [53].

«Полиция қызметкерінің оң имиджін қалыптастырудың шетелдік тәжірибесін талдау олардың құқық қорғау жүйесі қызметкерін «гуманизациялауға» немесе «адамға жақындатуға» бағытталғанын атап өтуге мүмкіндік береді. АҚШ полициясының қоғаммен байланыс департаменттері университеттермен бірлесіп жергілікті полицияның және басқа да құқық қорғау органдарының қанағаттану дәрежесін бағалау үшін жыл сайынғы Жергілікті сауалнамалар ұйымдастырады» [54]. Сондай-ақ, тұрғындардан жергілікті полиция департаменті қызметкерлерге қызмет көрсетудің жоғары деңгейін

және жергілікті тұрғындармен қарым-қатынас кезінде оң қабылдауды қалай қамтамасыз ете алатындығы туралы ұсыныстар сұралады [55].

Әлеуметтік желілер құқық қорғау органдарының қызметі мен халықпен өзара іс-қимылы туралы ақпараттандыруды арттыру құралы ғана емес, сондай-ақ жергілікті БАҚ-та жаңа қызметкерлердің (өмірбаяны, кәсіби дайындығы, жеке қасиеттері мен қызығушылықтары) бейнесін насихаттауда да тиімді қолданылады [55].

Қазіргі уақытта Қазақстанда полицияның беделіне оң әсер ету бойынша тиімді жұмыс жүргізілуде, мысалы:

1) полиция қызметкерлерінің қылмыстың алдын алудағы және қылмыскерлерді ұстаудағы жетістіктері туралы жаңалықтар («күтқарылды», «көмектесті», «иесіне қайтарылды», «алғыс айтты», «тамаша жұмыс» тақырыптарында);

2) халықты олардың жұмысы туралы хабардар ету үшін ведомство құрылымының ішінде өткізілетін іс-шаралар туралы ақпарат («марапатталды», «жақсы жұмыс жүргізілді», «жоғары көрсеткіштерге қол жеткізді», «жедел жағдай жақсарды» тақырыптары);

3) Facebook, Instagram, Telegram, Tik-tok және т. б. әлеуметтік желілерде оқиғаларды ресми ведомстволармен жариялау, азаматтардың сұрақтары мен пікірлеріне жауап беру, олармен тікелей байланыста болу өте маңызды;

4) полицияның халыққа жақындай түскенін атап өту қажет, өйткені тұрақты негізде тікелей эфирлер, брифингтер, халықпен кездесулер және «Жолда қабылдау» сияқты акциялар өткізіледі, онда әрбір азамат қызықтырған сұраққа жауап алуға мүмкіндігі бар және осы іс-шаралардың барлығы нақты уақыт режимінде ресми түрде таратылады.

Полиция органдарының ресми ресурстарының қолжетімділігі мен ашықтығы – азаматтардың сенімін нығайтудың маңызды құралы. Алайда БАҚ-тағы сенсациялық материалдар жекелеген қызметкерлердің әрекеттерін бүкіл жүйенің кемшілігі ретінде көрсетіп, теріс қоғамдық пікір қалыптастыруы мүмкін. Мұндай ақпараттар азаматтардың полицияға қатысты біржақты, көбіне жағымсыз көзқарас орнатуына себеп болады. Бұл ПМ-дегі сыбайлас жемқорлық жөніндегі стереотиптерді күшейтіп, билік өкілдеріне деген агрессияны арттыруы ықтимал. Полицейдің оң имиджін қалыптастыру – ұзақ мерзімді және кешенді үдеріс. Ол бір жағынан БАҚ арқылы халық сенімін арттыруды, екінші жағынан полиция қызметкерлерінің кәсіби және әлеуметтік жауапкершілігін түсінуін, үшіншіден, мемлекет тарапынан кадрларды сапалы даярлауды көздейді.

Полиция органдарының әлеуеті жоғары. Құқықтық мәдениетті арттыру үшін баспасөз қызметтерін білікті кадрлармен толықтырып, тренингтер ұйымдастыру маңызды. Сонымен қатар, полицияның оң имиджін қалыптастыру үшін танымал тұлғалармен фильмдер мен бейнероликтерді БАҚ пен әлеуметтік желілерде насихаттау қажет. Қазіргі таңда полицияның теріс бейнелері жиі

көрсетіледі. Бұл үдерістің тиімділігі қызметкерлердің кәсібилігіне, қарым-қатынас орната білуіне және жанжал жағдайларындағы іс-әрекетіне байланысты.

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, полиция азаматтардың әртүрлі санаттарымен іскерлік байланыстарды жүзеге асыра алады және жанжалды жағдайларда дұрыс мінез-құлықты көрсете алады және ведомстволық жоғары оқу орындарының оқу бағдарламасына және ПМ-нің бастапқы даярлық курстарына арнайы пәнді енгізу арқылы, сондай-ақ аумақтық бөлімшелерде апта сайын өткізілетін жауынгерлік және қызметтік дайындық кезінде тиісті дағдыларды игере алады. қызметкерлердің оң имиджін қалыптастыруда нәтижеге қол жеткізуге болады деп санаймыз. Бұл білім мен дағдыларды тек іс-әрекетте ғана емес, күнделікті өмірде де қарым-қатынастың кез-келген деңгейінде қолдануға болады. Осылайша, БАҚ қоғамдық пікірді қалыптастыруға, оның ішінде полиция қызметкерлерінің имиджіне айтарлықтай әсер етеді. Олар оң немесе теріс бейнелерді, сондай-ақ азаматтардың полиция органдарына деген көзқарасына әсер ететін стереотиптерді жасай алады.

БАҚ-та полицейдің оң имиджін қалыптастыру арқылы полицияның мемлекеттің маңызды әлеуметтік институты ретіндегі беделін нығайту қажет, бұл болашақта қызметтің беделін арттыруға және азаматтардың полицияға деген сенімін арттыруға ықпал етуі тиіс. Жалпы, БАҚ-тың ықпалы арқылы полицияның оң имиджін қалыптастыру қоғамның полицияға деген сенімін нығайтуға және оның қызметінің тиімділігін арттыруға ықпал ететін полиция органдары жұмысының маңызды аспектісі болып табылады.

3. Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру жөніндегі құқықтық және ұйымдастырушылық шараларды жетілдірудің негізгі бағыттары

3.1 Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру бойынша теориялық-құқықтық негіздерді жетілдіру

Қоғамдық қатынастар мемлекет бекіткен құқықтық нормаларға негізделіп реттелуі тиіс. Бұл құқықтың қоғамды ұйымдастырудағы, оның мүшелері арасындағы өзара әрекеттестікті реттеудегі және тұрақтылықты қамтамасыз етудегі маңызды рөлін айқындайды. Нормативтік құқықтық актілерде құқықтық нормалардың бекітілуінің маңызы зор, себебі олар қоғамдық өмірдің түрлі аспектілерін әділ әрі жүйелі реттеуге негіз болады.

Нормативтік құқықтық актілерде нормаларды бекіту құқықтық мемлекеттің жұмыс істеуінің негізгі элементі болып табылады. Олар қоғамдық қатынастарды ұйымдастыру мен заңдылықты қамтамасыз етеді. Мұндай актілердің маңызды рөлі азаматтар мен мемлекет арасындағы өзара іс-қимылды реттеу және жеке адамның құқықтары мен бостандықтарының сақталуын қамтамасыз ету болып табылады. НҚА-да бекітілген нормалар мінез-құлықтың айқын ережелерін ұсынады, бұл озбырлық пен әділетсіздік ықтималдығын төмендетеді.

Полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру мәселесі күнделікті талқыланғанымен, заңнамалық деңгейде «полиция имиджі» ұғымының нақты анықтамасының болмауы ішкі істер органдарының оң қоғамдық қабылдауын қалыптастыруға жүйелі түрде қарауға кедергі келтіреді. Азаматтардың полицияға деген сенімі құқықтық тәртіп органдары жұмысының тиімділігінің маңызды индикаторына айналатын серпінді өзгермелі қоғам жағдайында полицияның қоғамдық имиджін жақсартуға және құқық қорғаушылар мен азаматтар арасындағы сенімді қатынастарды нығайтуға ықпал ететін тиісті құқықтық тетіктерді әзірлеу қажет. Алайда, ҚР Ішкі істер органдарының, сондай-ақ мемлекеттік қызметтің қызметін реттейтін негізгі құжаттарды зерделей отырып, құқықтық актілерде «имидж», «ішкі істер органдарының имиджі» «полиция имиджі» термині жоқ, яғни НҚА-да терминдер бекітілмеген.

Олардың біріншісі - Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 2 қаңтардағы № 81 Жарлығымен бекітілген «Қазақстан Республикасының Құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау және Мемлекеттік қызмет органдары қызметкерлерінің әдеп кодексін бекіту туралы» [56].

Қазақстан Республикасының құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау органдары және мемлекеттік фельдъегерлік қызмет қызметкерлерінің әдеп кодексінде «имидж» терминін тікелей қолдану жоқ, ол көбінесе ұйымның немесе жеке тұлғаның қоғамдық қабылдауы мен имиджі контекстінде қолданылады. Алайда, құжатта «бедел» мағынасына жақын термин немесе ұғым сериясын

табуға болады.

«Имидж» және «бедел» ұғымдарының өзара байланысын анықтау үшін олардың этимологиясын зерттеу қажет. «Имидж» сөзі ағылшын тіліндегі «image» сөзінен шыққан, ол «бейне», «образ», «сурет», «елестету», «келбет» деген мағыналарды білдіреді. Ағылшын тілінде бұл сөз көбінесе «образ» мағынасында қолданылады. Ал ағылшын тіліне бұл ұғым латын тіліндегі «imago» сөзінен енген, ол «ойдағы бейне», «елестету», «көрініс», «сурет» деген мағыналарды білдіреді. Шетел сөздерінің сөздігінде имидж ұғымына мынадай анықтама берілген: «Бұқаралық ақпарат құралдары, әдебиет және басқа да құралдар арқылы әдейі қалыптастырылатын белгілі бір адамға, затқа немесе құбылысқа қатысты бейне, ол жарнама, насихаттау және т.б. мақсаттарда біреуге эмоционалдық және психологиялық әсер ету үшін қолданылады» [57].

Имиджді кәсіпорын мақсатты түрде қалыптастырады, сондықтан оны қалыптастыру факторлары толығымен кәсіпорынның бақылауында болады (бесінші айрықша белгі). Зерттеушілер маркетинг кешенінің элементтерін осылай қарастырады [58]. Ал «репутация» сөзі француз тіліндегі «renommée» сөзінен шыққан, ол «даңқ», «танымалдық» деген мағынаны білдіреді. Бұл сөз өз кезегінде «ой жүгірту», «пайымдау» деп аударылатын латын тіліндегі «reputatio» сөзінен тараған.

Т.Ф. Ефремованың түсіндірме сөздігінде бұл тұжырымдаманың келесі анықтамасы берілген: «біреудің қасиеттері, артықшылықтары, кемшіліктері және т.б. негізінде қалыптасқан қоғамдық пікір» [59].

Негізгі айырмашылық-бедел ұзақ мерзімді іс-әрекеттер негізінде қалыптасады, ал имидж алғашқы әсерді қалыптастыруға қызмет етеді.

Соңғы жылдары полицейлердің қатысуымен бейне түсірілімдер кеңінен таралды және олар олардың имиджіне айтарлықтай әсер етуі мүмкін.

Камераға түсіру салдарынан ПО қызметкерлерінің имиджінің төмендеуі көбінесе бейнежазбалар жағымды да, жағымсыз да сәттерді көрсете алатындығымен байланысты. Қоғамның, БАҚ-тың және құқық қорғау органдарының мұндай кадрларға қалай жауап беретіні маңызды. Сондай-ақ, полиция қызметкерлеріне олардың әрекеттерін азаматтар да, БАҚ та жазып, бағалай алатынын түсініп, кәсіби және әдеп тұрғыдан әрекет етуге үйрету маңызды.

«Имидж» және «бедел» ұғымдарын салыстырмалы талдау нәтижелері 1-кестеде келтірілген.

Белгі	Имидж	Бедел
	Белгінің мағынасы	
Қалыптастыру тәсілі	мақсатты түрде қалыптасады	объективті түрде қалыптасады, осы уақытта кейбір факторлар бақылауда болса, кейбірі- бақылаудан тыс
нақты сипаттамалардың	нақты сипаттамаларды да,	нақты сипаттамаларды

көрініс деңгейі	ойдан шығарылған сипаттамаларды да көрсетеді	көрсетеді
объективтілік деңгейі	субъективті, өйткені ол мақсатты топтардың санасында қалыптасады	объективті
маркетинг кешенінің элементтерін қалыптастыру құралы мақсатты топтардың ұйыммен практикалық өзара әрекеттесуі процесінде қалыптасады	Қалыптастыру құралы маркетинг кешенінің элементтері мақсатты топтардың ұйыммен практикалық өзара әрекеттесу процесінде қалыптасады	Қалыптастыру құралы маркетинг кешенінің элементтері мақсатты топтардың ұйыммен практикалық өзара әрекеттесу процесінде қалыптасады
Әсер ету бағыты	жаңа клиенттерді тартуды, сондай-ақ тұрақты клиенттерді (нысаналы топтардың өзге де өкілдерін) ұстап қалуды қамтамасыз етеді	
Қалыптастыру (жоғалту) кезеңі	салыстырмалы түрде тез қалыптасады және жоғалады	ұзақ уақыт кезеңі қалыптасады, тез жоғалады
Қалыптастыру мақсаты	Қалыптастыру мақсаты мақсатты топтардың оған деген адалдығын қалыптастыру арқылы кәсіпорынның мақсаттарына қол жеткізу	
Қалыптастыру кезектілігі	беделге дейін қалыптасады	кескіннен кейін қалыптасады
	кәсіпорынның нақты сипаттамаларын міндетті түрде білуді және сыни бағалауды қажет етпейді (қисынсыз)	кәсіпорынның нақты сипаттамаларын саналы түрде бағалауды қамтиды, (ұтымды)

Кесте 1 «Имидж» және «бедел» ұғымдарын салыстырмалы талдау

Негізгі айырмашылық – бедел ұзақ мерзімді әрекеттер негізінде қалыптасса, имидж алғашқы әсерді қалыптастыру үшін қызмет етеді. Қазіргі уақытта біз «беделін түсіру» ұғымын анықтауда белгілі бір қиындықтарды атап өтуге болады. А. М. Шамаев «ішкі істер органдары қызметкерлерінің беделіне, имиджіне, оларға деген сеніміне нұқсан келтіруге бағытталған, ішкі істер органдарының қызметі туралы қоғамдық пікірге теріс әсер ететін қасақана әрекеттерді» беделсіздікпен түсінуді ұсынады [60].

Н.Н. Дьяченконың ғылыми еңбектерінде беделін түсіру терминіне мынадай анықтама берілген: «беделін түсіру дегеніміз-көрінеу жалған, арам пиғылды Мәліметтерді тарату, сондай-ақ олардың заңды қызметін жүзеге асыруына байланысты немесе осындай қызметі үшін кек алу арқылы Құқық қорғау органдары мен олардың қызметкерлерінің беделін төмендететін өзге де іс-әрекеттер жасау» [61].

Ғылыми әдебиеттерде беделін түсірудің әртүрлі анықтамалары бар, бірақ олар біздің ойымызша, пропорционалды емес. Себебі олар беделін түсіруді тар

немесе тым кең түсіндіреді: тар мағынасы адамның беделіне нақты зиян келтіретін стратегияларды білдірсе, кең мағынасы ар-намыс пен қадір-қасиетті қорғаумен байланысты жағымсыз құбылыстарды қамтиды. Біз беделге түсіруді адамның немесе адамдар тобының ар-намысы, қадір-қасиеті мен іскерлік беделіне нұқсан келтіруге бағытталған іс-әрекетті саналы түрде және мақсатты түрде жүзеге асыру деп анықтаймыз.

А) Дискредитацияның негізгі белгісі – бұл субъектінің өз әрекеттерінің басқа бір субъектіге зиян келтіруге бағытталғанын саналы түрде түсінуі, яғни оны тікелей немесе жанама ниет деп түсіндіруге болады.

Б) Дискредитация деп оппоненттің абыройын, қадір-қасиетін және іскерлік беделін түсіруге бағытталған кез келген әрекетті түсіну керек. Бұл анықтама кең мағыналы болғанымен, оның аясында дискредитацияның мынадай түрлерін қамтуға мүмкіндік береді: арандату жасау, белгілі бір әрекеттерді «әзіл» / қалжың түрінде көрсетуге тырысу, құқық қорғау қызметкерлеріне жасалатын жүзеге аспайтын қауіп-қатерлер және т.б..

В) Аталған әрекеттердің мақсаты – теріс қоғамдық пікір қалыптастыру, жеке тұлғаның абыройы, қадір-қасиеті мен беделін басқа адамдардың алдында төмендету / қорлау арқылы оған зиян келтіру [62].

Мұндай әрекеттер, әдетте, теріс ақпараттық ахуалмен, ашық ақпарат кеңістігінде жылдам әрі кең таралуымен, сондай-ақ ішкі істер органдарының қызметі туралы тұрақты жағымсыз қоғамдық пікірдің қалыптасуымен қатар жүреді.

«Құқық қорғау қызметі туралы» Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 6 қаңтардағы № 380-IV Заңы жұмыстан босату үшін негіздемелерге арналған 80-бапта, бөлімнің 2-тармағында құқық қорғау органының беделін түсіруі мүмкін әрекеттерді нақты айқындайды. Аталған тармаққа сәйкес, «құқық қорғау органының беделін түсіретін теріс қылықтар, оның ішінде қызметтік міндеттерін атқарумен байланысты емес, бірақ құқық қорғау қызметінің абыройы мен беделіне нұқсан келтіретін әрекеттер болып табылады». Мұндай әрекеттерге жатады:

1. Құқық қорғау органдары қызметкерлерінің қоғамдық орындарда алкогольдік, есірткілік немесе уытқұмарлық мас күйінде пайда болуы, олардың құқық қорғау органдарына жататындығы басқаларға айқын болған кезде.

2. Есірткі құралдарын, психотроптық заттарды, олардың аналогтары мен прекурсорларын медициналық емес тұтыну.

3. Көлік құралын алкогольдік, есірткілік немесе уытқұмарлық мас күйінде басқару.

4. Қызметкердің алкогольдік, есірткілік, психотроптық немесе уытқұмарлық масаң күйіне медициналық куәландырудан өтуден бас тартуы.

5. Қызметтік жағдайды жеке пайдакүнемдік мақсатта пайдалану.

6. Теріс қоғамдық резонанс тудыратын құқық қорғау органдарының білім беру ұйымдарының қызметкерлері мен курсанттары арасындағы жарғылық емес

қатынастар [63].

«Әкімшілік құқық бұзушылық туралы» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 5 шілдедегі № 235-V ҚРЗ кодексінде 1-бөлімнің 667-бабында «құқық қорғау немесе арнаулы мемлекеттік орган қызметкерінің (әскери қызметшінің), әскери полиция органының, мемлекеттік фельдъегерлік қызметтің, сот приставының, сот орындаушысының заңды өкіміне немесе талабына бағынбау» жауапкершілігі туралы «заңды құқық қорғау немесе арнаулы мемлекеттік орган, әскери полиция органы қызметкерінің (әскери қызметшісінің) өкіміне немесе талабына, мемлекеттік фельдъегерлік қызметтің, сот приставының, сот орындаушысының қызметтік міндеттерін атқаруына байланысты олардың заңды қызметіне кедергі жасау, сол сияқты балағат сөздер айту, құрметтемеушілік көрсету, әдепсіз мінез-құлық, арандату, қорлау сөзбен айтып жеткізу, әдепсіз қимылдарды (белгілерді), заттарды, оның ішінде бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалана отырып немесе телекоммуникация желілері» [64].

XXI ғасыр-ақпараттық технологиялар, әлеуметтік желілерді белсенді дамыту ғасыры. Бүгінгі таңда әрқайсымыз әлеуметтік желінің кез-келген түрін қолданамыз, өз өмірімізді «Дүниежүзілік желімен» байланыстырамыз, өйткені Интернет желісі оны практикалық, ыңғайлы, тиімдірек ұйымдастыруға көмектеседі. Мәселе мынада, біз жаңа мүмкіндіктерді қандай ниетпен қолданамыз. Интернет арқылы біз көптеген операцияларды жүзеге асыра аламыз, соның ішінде көпшіліктің бағалауы мен талқылауына ұшырайтын ақпаратты жариялай аламыз. Азаматтардың желіде полиция қызметкерлерін фото және бейнетүсірілімге орналастыру мәселесі жұртшылық арасында ерекше қызығушылық тудырады. Кейбір жарияланымдарды талдағаннан кейін, фото және бейне түсірілімдер, соның ішінде қызметкерді оның дұрыс емес әрекеттері үшін кінәлау, сондай - ақ әртүрлі пікірлер мен пікірталастар арқылы оның арнамысы мен қадір-қасиетін жамандау мақсатында орналастырылған деп қорытынды жасауға болады.

Бірқатар елдерде құқық қорғау органдарының өкілдерін суретке түсіруге заңнамалық шектеулер бар. Мәселен, Англияда 2012 жылдан бастап полицейлерді суретке түсіруге тыйым салынады, Германияда да осындай заңнама қолданылады. Испанияда полицейлерді олардың келісімінсіз түсіру айыппұл салуға әкеп соғады, ол 3000 Еуроға жетуі мүмкін, ал Чехияда полицейлерді де, полиция бөлімшелерін де суретке түсіруге тыйым салынады [65].

Біздің елімізде азаматқа оның конституциялық құқықтарын жүзеге асыруға тыйым салынбайды, сондықтан фотосурет пен бейнежазбаны жүзеге асыру және оны интернет-ресурста орналастыру мүлдем заңды. ҚР «Ішкі істер органдары туралы» Заңының 6-бабының 2-тармағына сәйкес: ішкі істер органдары өз құзыреті шегінде төтенше жағдай жарияланған жерде немесе терроризмге қарсы операция жүргізілетін аймақта тергеу іс-шараларын жүргізу кезінде ішкі істер органдары қызметкерлерінің қызметтік міндеттерін атқаруы кезінде жеке

тұлғаларға суретке түсіруге және бейнежазбаға тыйым салуға құқылы. осы талаптарды орындамаған жағдайда тиісті мәжбүрлеу шараларын қолданыңыз [66]. Алайда, сонымен бірге әкімшілік жауапкершілік қарастырылған.

Қазақстан Республикасының Әкімшілік құқық бұзушылық туралы кодексінің 667-бабының 1-бөлігінде бұқаралық ақпарат құралдарын немесе телекоммуникациялық желілерді пайдалана отырып, қызметкерге бейәдеп сөздер айту, құрметсіздік көрсету, әдепсіз мінез-құлық таныту, арандатушылық, қорлау, сондай-ақ әдепсіз ишаралар мен белгілерді көрсету сияқты әрекеттер үшін жауапкершілік көзделгені көрсетілген.

Жоғарыда аталған жағдайлардан бөлек, полиция қызметкерлерінің бейнебақылау құралдары арқылы тіркелген әрекеттері, кейін бұқаралық ақпарат құралдары немесе телекоммуникациялық желілерде жарияланған жағдайда құқықтық жауапкершілікке әкеп соқпайды. Алайда, егер бұл әрекеттер қоғамдық резонанс туғызып, ішкі істер органдарының имиджіне нұқсан келтірсе және бұқаралық ақпарат құралдарын немесе телекоммуникациялық желілерді әдейі және мақсатты түрде ар-намыс пен беделді түсіру үшін пайдаланса, мұндай жағдай құқықтық жауапкершілікке әкеп соғуы тиіс. Себебі бұл тек жеке қызметкердің емес, тұтас органның абыройына зиян келтіріп, мемлекеттік институттарға деген сенімді әлсіретуі мүмкін.

ҚР Конституциясының 13-бабының 1-бөлігінде: «Әркімнің құқық субъектісі ретінде танылуына құқығы бар және өзінің құқықтары мен бостандықтарын, қажетті қорғанысты қоса алғанда, заңға қайшы келмейтін барлық тәсілдермен қорғауға хақылы»- деп жазылған. Осы ретте, азамат өзінің конституциялық құқықтары мен бостандықтарын қорғау қажеттілігі туындаса/мақсатында, фотосуретке және бейнежазбаға түсіруіне құқығы бар, яғни түсірілген фотосурет және бейнежазбаны өз қажеттілігіне ғана (қорғану мақсатындағы қажеттілік), ал жарияланымдарға шектеу қою қажет [67].

ҚР ӘҚБтК-нің 667-бабының 1-бөлігіне фототүсірілім мен бейнежазбаны жүзеге асыруға, сондай-ақ ішкі істер органдары қызметкерлерінің өздерінің қызметтік міндеттерін атқару процесінде олардың фотосуреттері мен бейнежазбаларын бұқаралық ақпарат құралдарында немесе телекоммуникациялық желілерде жариялауға тыйым салуды белгілей отырып, өзгерістер енгізу қажет.

Нәтижесінде ҚР ӘҚБтК-нің 667-бабының 1-бөлігіне өзгерістер енгізу ӘҚК қызметкерлерінің беделін түсіру үшін пайдаланылуы мүмкін бұрмаланған немесе контекстен шығарылған материалдардың санын азайтуға мүмкіндік береді және олардың іс-әрекеттерін неғұрлым объективті қабылдауға ықпал етеді. Бұл тыйым ішкі істер органдарының имиджіне оң әсер етуі мүмкін, өйткені толық емес немесе манипуляциялық ақпарат таратылған жағдайда, бұл қоғамдық наразылықты тудыруы және құқық қорғау органдарына деген сенімді төмендетуі мүмкін. Бұқаралық ақпарат құралдарында немесе телекоммуникациялық желілерде фотосуреттер мен бейнежазбаларды жариялау

түсірілімнің қорғау мақсаты жоқ, керісінше Ішкі істер органдарының имиджіне нұқсан келтіруге бағытталғанын көрсетуі мүмкін. Құқық бұзушылықтарды жою үшін уәкілетті органдарға жүгіну құқығы азаматтар үшін ашық болып қала береді. Алайда, фотосурет пен бейнежазбаны белгілі бір имиджді қалыптастыру құралы ретінде пайдалануға болады, бұл ішкі істер органдарының ар-намысына, қадір-қасиетіне және іскерлік беделіне нұқсан келтіруге бағытталған әрекеттерді тікелей немесе жанама ниетпен саналы және мақсатты түрде жүргізуді көздейді. Біз полиция қызметін қоғамдық талқылаудың белгілі бір «шеңберін», сондай-ақ ішкі істер органдарының қызметі туралы, соның ішінде «теріс жағынан» көрсетілетін ақпаратты жариялаудың «шектерін» белгілеу қажет деп санаймыз. Бұл әрекеттер мемлекеттік органдардың имиджіне нұқсан келтіріп, іс жүзінде бүкіл мемлекеттің беделін түсіреді.

2011 жылғы 6 қаңтардағы №380-IV Қазақстан Республикасының «Мемлекеттік қызмет туралы» Заңында «имидж» терминінің нақты бекітілмеуі – мемлекеттік қызметтің даму динамикасы мен оның қоғаммен өзара әрекеттесуін түсіну үшін маңызды аспект болып табылады. Қазіргі қоғам жағдайында мемлекеттік қызметшілер мен мекемелердің имиджі алдыңғы қатарға шығып, азаматтардың билікке деген сенімі мен мемлекеттік функцияларды тиімді жүзеге асыруына ықпал етеді. Бұл ұғымның заңнамалық базада ресми түрде бекітілмеуі имиджді мемлекеттік органдар туралы оң қоғамдық пікір қалыптастыру құралы ретінде түсіндіру мен қолдануда ала-құлалыққа әкелуі мүмкін.

«Дискриминация» ұғымының заңнамадағы анықтамасы тереңірек талдауды қажет етеді, себебі ол қызметкерлерге қатысты теңдік пен әділеттілікті қамтиды. Мемлекеттік қызмет контекстінде бұл ұғымның нақты анықтамасының болмауы мемлекеттік қызметшілердің құқықтары мен міндеттеріне қатысты нормалардың қолданылуында түсініксіздіктер тудыруы мүмкін. Осыған байланысты бұл жағдай мемлекеттік қызметтің тиімді жұмыс істеуін және оның қызметкерлерінің құқықтарын қорғауды қамтамасыз ету үшін заңнамалық актілерді қайта қарап, нақтылау қажеттілігін айқындайды.

Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметшілерінің әдеп кодексінде «имидж» термині келесі контекстерде қолданылады [68]:

– «Мемлекеттік қызметтің жағымды имиджі» (5-бөлім, 4-тармақ) — бұл ұғым мемлекеттік қызметшілердің өз қызметіне деген көзқарасын жақсарту және қоғам сенімін нығайту мақсатында мемлекеттік қызметтің оң бейнесін қалыптастыру аясында қолданылады. Бұл контексте «имидж» қызметтік әдеп нормаларын сақтау және өзара қарым-қатынас мәдениетімен тығыз байланысты, бұл өз кезегінде азаматтардың мемлекеттік институттарға деген сенімін арттырып, мемлекеттік қызметшілердің жұмысының тиімділігін жоғарылатады.

– «Мемлекеттік органның жағымды имиджін қалыптастыру» (5-бөлім, 5-тармақ)-бұл тармақта мемлекеттік қызметшілердің нақты мемлекеттік

органның оң имиджін қалыптастыруға ықпал етуі қажеттілігіне баса назар аударылады. Сонымен қатар, бұл аспект ұйым аясында жоғары моральдық-Әдеп стандарттарды сақтау қоғамның мемлекеттік органға деген көзқарасын жақсартуда маңызды рөл атқаратынын көрсетеді.

– «Имидж» терминімен қатар, мәтінде оған мағынасы жағынан ұқсас келетін «мемлекеттік аппараттың беделін арттыру» және «мемлекеттік қызметтің беделін нығайту» сияқты сөз тіркестері де кездеседі. Бұл тіркестер мемлекеттік органдардың қоғамда тұрақты және сенімге ие бейнесін қалыптастыру аспектісін ашады. Алайда, олар қоғамның сыртқы қабылдауына ғана емес (имидж жағдайындағыдай), нақты беделге, яғни мемлекеттік органдардың салмақтылығы мен ықпалына баса назар аударады.

– «Азаматтардың көзіндегі мемлекеттік органдардың қадір-қасиеті мен беделін түсіретін» (3-бөлім, 6-тармақ) — «түсіретін» термині азаматтардың мемлекеттік органдарды қабылдауына теріс әсер ететін әрекеттерді білдіреді. Бұл контексте назар сол әрекеттерге аударылған, олар мемлекеттік институттарға деген құрмет пен сенімді төмендетуі мүмкін, бұл өз кезегінде мемлекеттің имиджі мен мемлекеттік қызметтің жалпы беделіне тікелей қатысты.

– «Мемлекеттік аппараттың беделін нығайтуға ықпал ету» (3-бөлім, 7-тармақ) — мемлекеттік аппараттың беделін нығайтуға назар аудару имиджді нығайтуға ұқсас, себебі бұл да қолайлы бейне қалыптастыру және мемлекеттік институттарға деген қоғамдық сенімді арттырумен байланысты. Бұл процесс қызметтік әдеп, кәсібилік және адалдықтың жоғары стандарттарын сақтауды талап етеді.

«Мемлекеттік қызметтің беделі» (3-бөлім, 7-тармақ) — мұнда «бедел» термині мемлекеттік қызметке деген жоғары сенім деңгейін қалыптастыру және сақтау контекстінде қолданылады. Мемлекеттік қызметтің беделін нығайту тікелей оң имиджбен байланысты, себебі бұл екі аспект те мемлекеттік органдарға азаматтардың қабылдауы мен құрметінің маңыздылығына қатысты.

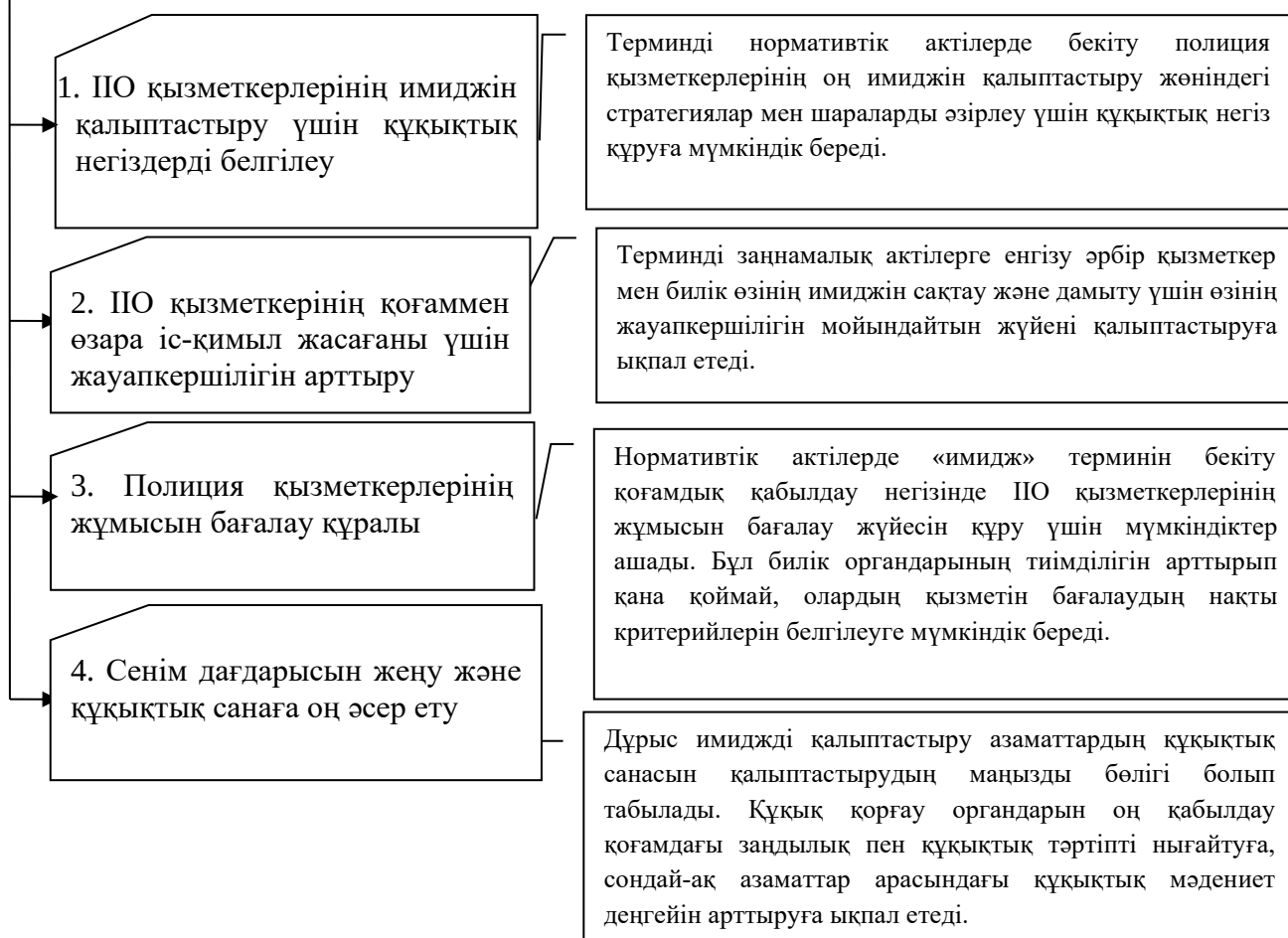
«Имидж» терминін әдеп кодексінде, әсіресе мемлекеттік және құқық қорғау органдарының қызметінде бекіту, елдегі әдеп стандарттарының дамуына оң әсер етіп, бірнеше маңызды артықшылықтар береді. Әдеп Кодексіндегі «имидж» термині мемлекеттік құрылымдардың, атап айтқанда билік пен құқық қорғау органдарының оң қоғамдық қабылдауын қалыптастыруға бағытталған мінез-құлық стандарттарын анықтауға көмектеседі. Бұл термин адал және кәсіби имиджді сақтау үшін жеке және ұжымдық жауапкершіліктің маңызды екенін көрсетеді. Әрбір қызметкер өз әрекеттері мен мінез-құлқы ұйымның қабылдауына әсер ететінін түсінеді.

Халықаралық аренада өз позицияларын жақсартуға ұмтылатын ел үшін мемлекеттік және құқық қорғау органдарының оң имиджіне ие болу маңызды. Әдеп Кодексте «имидж» терминін бекіту қызметкерлер мен ұйымдар үшін бірыңғай критерийлерді әзірлеуге көмектеседі, бұл Қазақстанның жоғары

моральдық стандарттар мен әділеттілік бағаланатын ел ретінде жақсы қабылдануына ықпал етеді.

«Имидж» терминінің Қазақстан Республикасының заңнамалық және нормативтік актілеріне енгізілу нәтижелері 4-суретте көрсетілген.

ҚР заңнамалық және нормативтік актілеріне «имидж» терминін енгізу



Терминді заңнамалық актілерге енгізу полиция қызметкерлерінің мінез-құлқындағы мәдени және әдеп стандарттардың дамуына ықпал етеді, бұл өз кезегінде әділетті және тиімді құқықтық жүйені құруға мүмкіндік береді.

Әдеп Кодексте «имидж» ұғымын бекіту жоғары моральдық стандарттарды орындауға және әлеуметтік жауапкершілікті дамытуға бағытталған мемлекеттік органдарда корпоративтік этика мәдениетін құруға қадам бола алады.

Қазақстанның Әдеп кодексінде «имидж» терминін бекіту құқық қорғау құрылымдарын қоса алғанда, мемлекеттік органдардың неғұрлым ашық, әдепті және қоғамдық мүдделерге бағдарланған жұмысын қалыптастыруға айтарлықтай ықпал етуі мүмкін. Бұл азаматтардың сенімін арттырады, мемлекеттік құрылымдарды адал және кәсіби деп қабылдауды жақсартады және қызметкерлер арасында жоғары моральдық стандарттарды қамтамасыз

Сурет 4 -ҚР заңнамалық және нормативтік актілеріне «имидж» терминін енгізу

«Имидж» терминін заңнамалық және нормативтік актілерге енгізу мемлекеттік құрылымдардың қоғамдық қабылдауын жақсартуға және олардың кәсібилігін арттыруға бағытталған маңызды бастама болып табылады. Бұл инновацияның теориялық және практикалық тұрғыдан бірнеше маңызды аспектілері бар:

1. ПО қызметкерлерінің имиджін қалыптастыру үшін құқықтық негіздерді белгілеу

Терминді нормативтік актілерде бекіту полиция қызметкерлерінің оң имиджін қалыптастыру жөніндегі стратегиялар мен шараларды әзірлеу үшін құқықтық негіз құруға мүмкіндік береді.

2. ПО қызметкерінің қоғаммен өзара іс-қимыл жасағаны үшін жауапкершілігін арттыру

Терминді заңнамалық актілерге енгізу әрбір қызметкер мен билік өзінің имиджін сақтау және дамыту үшін өзінің жауапкершілігін мойындайтын жүйені қалыптастыруға ықпал етеді. Бұл әсіресе қоғамдық тәртіпті қамтамасыз етуде азаматтардың сенімі мен қолдауы шешуші рөл атқаратын құқық қорғау органдары үшін өте маңызды. Имиджді заңнамалық реттеу полиция қызметкерлері мен басқа да мемлекеттік қызметшілердің коммуникативтік дағдыларын арттыруға, сондай-ақ халықпен өзара іс-қимыл процесінде олардың мінез-құлқын жақсартуға бағытталған білім беру бағдарламаларын әзірлеу үшін негіз бола алады.

3. Полиция қызметкерлерінің жұмысын бағалау құралы

Нормативтік актілерде «имидж» терминін бекіту қоғамдық қабылдау негізінде ПО қызметкерлерінің жұмысын бағалау жүйесін құру үшін мүмкіндіктер ашады. Бұл билік органдарының тиімділігін арттырып қана қоймай, олардың қызметін бағалаудың нақты критерийлерін белгілеуге мүмкіндік береді. Атап айтқанда, полицияның жұмысы туралы қоғамдық пікірді мониторингілеу және бағалау тетіктерін әзірлеуге болады, бұл олардың жұмысының сапасын арттырудың және олардың қызметінде тиісті түзетулер әзірлеудің маңызды құралы болады.

4. Сенім дағдарысын жеңу және құқықтық санаға оң әсер ету

Дұрыс имидж қалыптастыру азаматтардың құқықтық санасын дамытуда маңызды рөл атқарады. Құқық қорғау органдарына оң көзқарас қоғамдағы заңдылықты нығайтып, құқықтық мәдениетті арттыруға ықпал етеді. Бұл терминді заңнамалық актілерге енгізу полиция қызметкерлерінің мәдени және әдептік стандарттарының дамуына әсер етіп, әділетті әрі тиімді құқықтық жүйені қалыптастыруға жол ашады. Әдеп кодексінде «имидж» ұғымын бекіту жоғары моральдық стандарттарды ұстану мен әлеуметтік жауапкершілікті дамытуға бағытталған мемлекеттік органдарда корпоративтік этика мәдениетін

құруға мүмкіндік береді. Қазақстанның Әдеп кодексінде «имидж» терминін енгізу құқық қорғау органдарының ашық, әдепті және қоғамдық мүдделерге сай жұмыс істеуін қамтамасыз ете отырып, азаматтардың сенімін арттырады, мемлекеттік құрылымдардың адал және кәсіби деп қабылдануына ықпал етеді, сондай-ақ қызметкерлер арасында жоғары моральдық стандарттарды сақтауға мүмкіндік береді.

Жүргізілген зерттеулер нәтижелері бойынша, Қазақстан Республикасының ІІМ қызметінің тиімділігін арттыру мақсатында «Қазақстан Республикасының құқық қорғау органдары қызметкерлерінің, азаматтық қорғау органдарының және мемлекеттік фельдъегерлік қызметінің әдеп кодексін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 2 қаңтардағы № 81 Жарлығымен бекітілген әдеп кодексінде «имидж» ұғымын енгізуді ұсынамыз. Бұл құқық қорғау органдары мен мемлекеттік қызметшілердің оң бейнесін қалыптастыру стратегиялары мен шараларын әзірлеуге құқықтық негіз жасауға мүмкіндік береді.

3.2 Халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру бойынша ұйымдастырушылық-практикалық шараларды жетілдіру

Кез келген мемлекеттік құрылым қызметкерінің имиджін қалыптастыру факторлары мәселесі әрқашан өзекті болып қала береді, себебі билік өкілдері – бұл мемлекет «бет-бейнесі», ол бүкіл атқарушы билікті таныстырады. Қазақстандық қоғам дамуының қазіргі кезеңінде азаматтардың санасында ПО-ның тиімді жұмыс істеуіне, олардың құқық қорғау функцияларын сапалы іске асыруына, сондай-ақ қылмысқа қарсы іс-қимыл жасайтын, азаматтардың қауіпсіздігін қамтамасыз ететін, қоғамдық тәртіпті қорғайтын, ізгілікті, сыпайы, заң шеңберінде әрекет ететін, кәсіптік міндеттерді сатылмай және адал орындайтын полиция қызметкерінің оң бейнесіне өзекті қажеттілік бар.

ҚР ПО қызметін реттейтін нормативтік құқықтық актілерді, қазіргі заманғы полицияға және оның қоғаммен өзара іс-қимылына арналған ғылыми материалдарды, сондай-ақ қоғамдық пікірді социологиялық зерттеу нәтижелерін талдау бүгінгі күні полиция қызметкерінің имиджіне қойылатын талаптардың қаншалықты жоғары екенін көрсетеді.

Осыған байланысты ҚР ІІМ барлық ведомствосының алдына халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру міндеті қойылды. ҚР ІІМ ақпараттық саясат департаменті (бұдан әрі - АСД) жұмыс жүргізіп жатыр және қоғам мен полиция арасындағы алтын көпір болып табылады.

Ақпараттық саясат департаменті ақпараттық саясат, БАҚ-пен өзара әкеттесу, тіл саясатын дамыту және насихаттау ҚР ІІМ имиджін нығайту, ішкі және сыртқы коммуникациялар қамтамасыз ету саласында қызметі атқаратын ҚР ІІМ орталық аппаратының дербес құрылыс бөлімдері болып табылады. Қазіргі уақытта ҚР ІІМ ведомстволық ресурстары ақпаратты тиімді таратуды

және жұртшылықпен өзара іс-қимылды жақсартуды қамтамасыз ете отырып, қызметті іске асырады. ҚР ІІМ АСД халықпен өзара іс қимыл жасау және өзекті ақпаратты ұсыну үшін бірнеше танымал цифрлық платформаларды пайдаланады:

- TikTok (58,6 мың)
- Instagram (317 мың)
- Facebook (34 мың)
- Telegram (423).

Бұл әлеуметтік желілер мен мессенджерлер жаңалықтармен жедел бөлісуге мүмкіндік береді, сонымен қатар азаматтармен кері байланыс орнатып, сенім мен полиция жұмысының ашықтығын арттырады.

«ҚР ІІО Медиа-Орталығы» ЖШС ведомстволық коммуникацияның маңызды бөлігі болып табылады және ІІМ қызметін ақпараттық сүйемелдеуге бағытталған бірнеше ресурстарды қамтиды:

- Бейнематериалдар өндірісін қамтамасыз ететін телестудия.
- Жаңалықтар порталы «polisia.kz» ол елдегі полиция мен құқық қорғау қызметіне қатысты жаңалықтарды, мақалаларды және басқа материалдарды үнемі жариялайды.
- «Сақшы» және «На страже» сияқты баспа басылымдары, олар құқық қорғау саласындағы оқиғалар туралы ақпаратты және кең аудитория үшін өзекті жаңалықтарды ұсынады.

Қазіргі заман жағдайында, құқық қорғау органдарына, әсіресе технологиялар мен әлеуметтік желілердің дамуына байланысты назар артқан кезде, халықтың сенімін арттыруға және полицияның оң имиджін қалыптастыруға бағытталған шараларды әзірлеу және енгізу қажет. Ол үшін негізгі ұйымдастырушылық-практикалық шараларды анықтау және «жаңа полицияның» бейнелері мен сипаттамаларын сипаттау маңызды: қауіпсіздік, сенімділік, тектілік, кәсіпқойлық және т. б. имидж ұрандарды, үндеулерді, идеяларды, символизмді, қызметтік нормаларды және т. б. әзірлеуді және енгізуді қамтиды.

Полиция, ең алдымен, өзін «қоғамдық полиция» ретінде көрсетуі керек, яғни оның қызметі қоғамдағы өзекті мәселелерді шешуге бағытталуы керек. Азаматтар қауіпсіздікті, тыныштықты және одан әрі белсенді өмір сүруге деген сенімділікті сезінуі керек. Мысалы, елді сыртқы және ішкі қауіп-қатерлерден қорғайтын, адамдардың өмірін сақтайтын полицей-батырдың бейнесін қалыптастыру өзекті және орынды [69].

Батыс елдерінде полицейдің оң бейнесін жасауға үлкен қаражат салынууда. «Мемлекеттік тапсырыстар бойынша әлемдік кино жұлдыздарының қатысуымен ірі бюджеттік экшн-фильмдер, триллерлер, телехикаялар түсіріледі: «Спрут» - Италия; «Комиссар Лиа Соммер» - Германия; «Сан-Франциско көшелері», «Санта Барбара», «Крутой Уокер, немесе Техастық әділет», «Коломбо», «Құпия материалдар», «Никита», «Детектив - Нэш

Бриджес» — АҚШ; «Суинни — ұшатын жасақ» — Ұлыбритания; «Полицейдің сөзі», «Комиссар Наварро», «Видок» — Франция және басқалар. «Негізгі инстинкт» сияқты полиция қызметкерлері туралы фильмдер жылдың үздік фильмдері және беделді «Оскар» киносыйлықтарының иегерлері атанды. Қорықпайтын, адал, ақылды, тартымды полицейлердің бейнелері экранда әлемдік жұлдыздармен сомдалады: Ален Делон, Ж.Депардье, А.Шварценеггер, М.Дуглас, С.Сталоне, Аль Пачино, М.Плачидо және басқалар. Профессионализм жағынан оларға еш кем емес А. Жирардо, Дж.Фостер, Н.Кидман және басқа да кинодивалар, әйел-полицейлердің рөлін сомдаған» [70].

Идеализацияланған полицей бейнесін жасау орынды деп санаймыз, ол батылдық, тапқырлық пен ақылдылықтың үлгісі бола отырып, жоғары жұмыс қабілеттілігі, психологиялық тұрақтылық және берік моральдық принциптерге ие болуы тиіс. Бұл бейне физикалық күш пен кәсіби құзыреттілікті ғана емес, адамның табиғатын терең түсінуді, стресстік жағдайларда күрделі шешімдер қабылдау қабілетін, сондай-ақ азаматтардың құқықтарына эмпатия мен құрмет көрсетуді қамтуы керек. Полицей, үлгі болар тұлға ретінде, батырлық пен әділдікті біріктіріп, қоғамдық қауіпсіздік үшін өзін құрбан етуге дайын болуы керек, сондай-ақ қоғаммен сенімді әрі конструктивті қарым-қатынастар орнатып, құқық қорғау органдарына деген қоғамдық құрмет пен қолдауды нығайтуы қажет.

Батыс елдерінде полицейдің оң имиджін қалыптастыруға айтарлықтай қаражат жұмсалады. Мемлекеттік тапсырыспен экшн-фильмдер, триллерлер мен сериалдар түсіріледі. 2001 жылдың қыркүйегіндегі Нью-Йорктегі шабуылдан кейін полиция қызметкерлерінің беделі артты, себебі оқиға орнына алғашқы болып көмекке келгендер полицейлер болды. «Степа - милиционер ағай» мультфильмдері мен полицейлер туралы кино мен кітаптар Кеңес милициясының бейнесін қалыптастырды. Бұл бейне қоғам үшін әділдік, қауіпсіздік және тәртіпті қамтамасыз ететін қызметкердің идеалын көрсетеді. Степа заңды сақтап қана қоймай, адамдарға көмек көрсету арқылы олардың жүрегіне жол табады. Ол адал, сенімді полицей ретінде Кеңес милициясының халыққа жақын бейнесін қалыптастырды. «Дядя Степа» мультсериалы кеңес қоғамының идеалдары мен құндылықтарын бейнелеп, полицейлердің моральдық жауапкершілігі мен қоғаммен байланыс орнату қажеттілігін көрсетеді. Бұл мультфильм құқық қорғау органдарының адамгершілік пен әділеттілік негізінде жұмыс істейтінін паш етеді. Степа сияқты полицейлер қоғамдағы тыныштық пен тұрақтылықты сақтап, адамдардың сенімін ақтайды. Ал қазақстандық полицейлер туралы фильмдерге келетін болсақ, бізде батылдық пен табандылықты насихаттау бойынша идеологиялық жұмыс кеңінен жүргізіліп жатыр деп айту қиын, көп жағдайда ол сыбайлас жемқорлыққа ұшыраған, кәсібилігі төмен, жалқау және т. б. телехикаяларда полицейді теріс жағынан көрсетеді («MEOW», «Алаяқтар», «Патруль»),

дегенмен, елде полицейлер туралы сериалдар болғанымен, олар батылдық пен төзімділікті насихаттайтын идеологиялық жұмыстарға көп мән бермейді.

Қоғамда қамқоршының оң имиджін қалыптастыру бірден өзгермейтіні анық, бұл ондаған жылдардағы реформалар нәтижесінде қалыптасатын процесс. Мысалы, Қытайда ең жағымды, ең қамқор, ең сенімді полиция қызметкерінің бейнесі. ҚХР 1960-1970 жылдары күзетшілердің оң имиджін қолдан жасауды қолға алды. Бұл елде мұғалім, полиция қызметкері, дәрігерден артық жалақы алатын мамандық жоқ.

Ішкі істер органдары қызметкерлерінің мәдени және рухани деңгейін арттыру, патриоттық тәрбиені нығайту және ант пен қызметтік борышқа адалдық сезімін қалыптастыру мақсатында Қазақстан Республикасының Ішкі істер министрлігі 2020 жылдан бастап детектив жанрында «Серт» республикалық шығармалар конкурсын өткізеді. Бұл байқау полиция қызметкерлері өздерінің шығармашылық қабілеттерін көрсете алатын және қоғамдағы кәсіби рөлін тереңірек түсінетін платформа құруға бағытталған.

Байқаудың басты мақсаты-елдегі қауіпсіздік пен тәртіпті қамтамасыз ететін полицейлердің этических істерін насихаттау, халықтың құқықтық санасы мен құқықтық мәдениетінің деңгейін арттыру, сондай-ақ ІІО қызметкерлерінің күрделі және қауіпті жұмысына жұртшылықтың назарын аудару. Сонымен қатар, конкурс құқық қорғау қызметі саласындағы нақты оқиғалардың айна түрі ретінде қызмет ететін қазақстандық детектив жанрының дамуына ықпал етеді.

Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігі 2020 жылдан бастап жүргізіп келе жатқан «Серт» детектив жанрындағы шығармалар байқауы ішкі істер органдары қызметкерлерінің мәдени және рухани деңгейін арттырып қана қоймай, патриоттық тәрбиеге, қызметтік борышы үшін жауапкершілік сезімін қалыптастыруға және ант беруге елеулі үлес қосатын бірегей бастама болып табылады. Бұл байқау полиция қызметкерлерінің жеке басын олардың шығармашылық көрінісі арқылы ашуға ықпал етеді, сонымен қатар олардың қоғамдағы құқықтық тәртіп пен әділеттілікті қорғаушы ретіндегі маңызды рөлін көрсетеді.

«Серт» байқауы ІІО қызметкерлері үшін патриоттық тәрбиенің маңызды құралы болып табылады, ол қатысушылардың ішкі әлеуетін ашып қана қоймай, олардың моральдық негіздерін және мамандықтарының маңыздылығын түсінуді нығайтуға мүмкіндік береді. Полиция қызметкерлерінің детектив жанрындағы шығармалардағы шығармашылық жұмысы олардың қоғамдағы рөлі туралы ойлауға көмектеседі, мемлекет пен қоғамның игілігі үшін ар-намыс, парыз, қызмет мәселелерін көтереді. Бұл шығармалар, әдетте, полиция қызметкерлері ұстануға тиісті жоғары моральдық және кәсіби стандарттарға сәйкес келетін героікті, батылдықты, төзімділікті, төтенше жағдайларда шешім қабылдау қабілетін білдіреді. Осылайша, байқау тек заңды қорғайтын адам ретінде ғана емес, сонымен бірге

қоғамда үлгі болатын идеалды полиция қызметкерінің бейнесін жасауға ықпал етеді.

Байқаудың басты мақсаты-елдегі қауіпсіздік пен тәртіпті қамтамасыз ететін ішкі істер органдары қызметкерлерінің қасиеттерін дәріптеу. Полицейлердің өздері жазған шығармаларды оқи отырып, жұртшылық олардың күнделікті жұмысында қандай қиындықтарға тап болатынын жақсы түсінеді. Бұл жұмыстар полицияның қызметіне іштен қарауға, қызметкерлердің эмоционалды және психологиялық жағдайын, тәжірибесі мен батыл әрекеттерін жеткізуге мүмкіндік береді. Олардың адами қасиеттері мен кәсіби қасиеттерін ашатын осындай оқиғаларды насихаттау қоғам алдында құқық қорғау органдарының оң имиджін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Бұл азаматтардың полицияға деген сенімін арттыру үшін ғана емес, сонымен бірге жастарды заң мен әділеттіліктің мәні туралы дұрыс түсініктерге тәрбиелеу үшін де маңызды.

«Серт» байқауы сияқты іс-шараларды ұйымдастыру құқық қорғау органдары мен қоғам арасындағы өзара түсіністікті жақсартуға ықпал етеді. Конкурс тек полицейлермен ғана шектеліп қоймай, ішкі істер органдары қызметкерлерінің күрделі және қауіпті жұмысына жұртшылықтың назарын аударатыны маңызды. Бұл шығармаларды жинақ түрінде жариялау кең аудиторияға полиция қызметкерлерінің өміріндегі нақты оқиғалармен танысуға мүмкіндік береді, бұл халықтың құқықтық санасы мен құқықтық мәдениетінің деңгейін арттыруға ықпал етеді. Бұл әңгімелер құқық қорғау органдары қызметкерлерінің жұмысы тек қызметтік міндеттерді орындаумен ғана шектелмейтінін көрсетеді. Бұл батылдықты, жауапкершілікті және жоғары стресс пен белгісіздік жағдайында әрекет етуге дайын болуды талап ететін жұмыс. Бұл фактіні түсіну қоғам мен құқық қорғау органдары арасындағы байланысты нығайта отырып, азаматтар тарапынан құрмет пен тануды қалыптастыруға ықпал етеді.

Конкурстық шығармалар негізінде фильмдер түсіру полицияның имиджін қалыптастыруға ықпал етеді. Байқауға қатысушылар жазған сюжеттер құқық қорғау органдарының қызметкерлері мен олардың кейіпкерлерін дәріптейтін фильмдер түсірудің тамаша негізін құрайды. Әдеби шығармаларды кино форматына аудару кең аудиторияға полицейлердің ішкі тәжірибесі мен моральдық дилеммаларын ғана емес, сонымен бірге олардың жұмысының көпшілікке көрінбейтін жан-жақтылығын көрсетуге мүмкіндік береді.

Конкурстық шығармаларға негізделген фильмдер кәсіби және адами қасиеттерді үйлесімді үйлестіретін полицейдің жарқын, тұтас бейнесін жасауға ықпал етеді. Бұл шығармалар полицияның қоғамдық қабылдауына оң әсер етіп, олардың тәртіпті қорғаушы ретінде ғана емес, сонымен бірге әділеттілік, адамның қадір-қасиеті мен азаматтардың құқықтарын қорғаушы ретіндегі рөлін атап көрсетеді. «Серт» байқауы қазақстандық детектив жанрының дамуында да маңызды рөл атқарады. Әдебиет пен кинода

детективтер әрдайым көрермендер мен оқырмандардың жүрегінде резонанс тудырады, өйткені бұл шығармалар көбінесе күрделі моральдық және Әдеп мәселелерді шешумен байланысты. Республикалық байқау жазушылар мен кинорежиссерлерді шабыттандыратын жаңа таланттардың пайда болуы мен сапалы туындылардың дамуы үшін тамаша алаң ретінде қызмет етеді. Қазақстандық детективтің дамуы ұлттық мәдениетті байытып қана қоймай, құқық қорғау органдары қызметкерлерінің жұмысын танымал етудің жаңа тәсілдерін жасап, оны неғұрлым түсінікті әрі кең аудиторияға қолжетімді етеді. Осылайша, мұндай шығармалар олардың жұмысының маңыздылығын атап өтіп, олардың еңбегін қоғамдық сана деңгейінде құрметтеуге және тануға ықпал ете алады. Осы позицияның нәтижесінде полицейдің біртұтас және үйлесімді бейнесі қалыптасуы керек, ол қоғамның үмітіне сәйкес келеді және үлгі болады. Бұл имидж тек кәсіби қасиеттерді ғана емес, сонымен қатар адалдық, гуманизм және адам құқықтарын құрметтеу сияқты моральдық құндылықтарды да қамтиды.

Тәжірибе көрсеткендей, қызметтік қызметтің ерекшелігіне байланысты ПО қызметкерлерінің барлық функциялары іс жүзінде адамдармен күнделікті қарым-қатынаста және өзара әрекеттесуде жүзеге асырылады. Қызмет түрі бойынша ішкі істер органдарының қызметкері әлеуметтік қатынастардың, басқарылмаушылықтың, агрессивтіліктің, қылмыстық әрекеттің жасырын сипатының, билік өкілдеріне қарсы тұрудың және дұшпандықтың болуымен сипатталатын ең қиын әлеуметтік контингентпен күресуге мәжбүр. Күнделікті міндеттерін орындай отырып, полиция қызметкері әртүрлі лауазымды тұлғалармен, әртүрлі дәрежедегі басшылармен, азаматтармен, құқық бұзушылармен байланысады. Кәсіби қызметті талдау көрсеткендей, қызметкердің барлық әрекеттері жоғары әртүрлілікпен сипатталады, ұйымдық жүйенің ішінде де, сыртында да адамдармен көптеген іскерлік және тұлғааралық байланыстармен бірге жүреді, оқиғалардың тез өзгеруімен, орындалатын әрекеттердің алуан түрлілігімен сипатталады [71].

Бұл жағдайда келесі қасиеттер мен дағдылар:

- адамдарды өзіне орналастыру, оларға сенім сезімін ояту қабілеті;
- жаңа адамдармен жылдам байланыс орнату мүмкіндігі;
- әңгімелесушінің психологиялық жағдайы мен жеке ерекшеліктеріне байланысты қажетті тонды, қарым-қатынастың орынды формуласын тез таба білу;
- өз көзқарасын қорғай білу рөлге үйрену қабілеті;
- тыңдай білу және әңгімені мағыналы тақырыптарға тактикалық сауатты аудару;
- маңызды ақпаратты енгізу мақсатында психологиялық әдістерді қолдана білу, ПО-ның әрбір қызметкерінің қызметінде маңызды мәнге ие болады.

Тәжірибе көрсеткендей, кәсіби қызметін психологиялық тұрғыдан

сауатты ұйымдастыра алатын қызметкерлер саны аз. ПО қызметкерлері үшін психологиялық білім кәсіби маңызды болғанымен, олардың жұмысында адамдар психологиясын ескеру қажет. Полиция қызметкері азаматтармен қарым-қатынас кезінде қоғамдағы өз рөлі мен құқық қорғау органдарына деген халықтың көзқарасы туралы пікір қалыптастырады. Коммуникативті құзыреттілік оның кәсіби рөлін жүзеге асыруға ғана емес, құқық қорғау органдары туралы оң пікір қалыптастыруға да көмектеседі. Зерттеу нәтижелері полицейлердің кәсіби шеберлігін арттыру үшін психологиялық дайындықтың маңыздылығын көрсетеді. Бұл мәселені шешудің бір жолы- қызметкерлердің коммуникативтік құзыреттілік пен қарым-қатынас мәдениетін дамыту.

XX ғасырдың 90-жылдарынан бастап шетелдік тәжірибе «полиция мен халықтың әлеуметтік серіктестігі» моделіне көшу кезінде полиция имиджінің мәселелеріне көп көңіл бөлінетінін көрсетеді (мысалдар: Ұлыбритания, Германия, Скандинавия елдері, АҚШ, Жапония). Азаматтардың полиция қызметкерлерінің мінез-құлқы мен коммуникативтік дағдыларын қабылдауы имиджді қалыптастырудың негізгі факторы болып саналады. Бұл аспектілердің маңыздылығы, мысалы, «АҚШ-тың Полиция этикасының канондарында» расталады, онда барлық азаматтардың заңға деген құрметін олардың құқық бұзушылықтарына қарамастан тәрбиелеу қажеттілігі атап өтіледі, өйткені бұл жеке тұлғаны құрметтеудің негізі болып табылады.

Кәсіби дайындық шеңберінде әлеуметтік-бағдарланған дағдыларды дамытуға, психологиялық дайындыққа және кәсіби және жеке өмірде Әдеп нормаларды қатаң сақтауға айтарлықтай орын беріледі. «ЕО канондары» полицейдің жеке өмірін қоғам үшін тұрақтылықтың, адалдық пен моральдың үлгісі болатындай етіп жүргізу қажеттілігін тікелей көрсетеді. Жұртшылық полицияның қызметін әртүрлі критерийлер бойынша бағалайтындықтан, имиджді сақтау жұмыстан бос уақытта да маңызды. Сыртқы келбеті, алкогольді асыра пайдалану немесе әдепсіз мінез-құлық полицияның сеніміне нұқсан келтіруі, ұйымның имиджіне теріс әсер етуі және тіпті «сенімсіздіктен» жұмыстан шығарылуына әкелуі мүмкін [72].

Соңғы жылдары ПО қызметкерлерінің адамдармен өзара іс-қимылы тақырыбы бойынша ғылыми зерттеулер айтарлықтай белсенді жүргізілуде. Бұл зерттеулер қарым-қатынас аспектілеріне, оң имиджді қалыптастыруға және халықтың құқық қорғау органдарына деген сенімін арттыруға бағытталған. Аталған мәселеге көптеген отандық және шетелдік зерттеулер арналуда. Мысалы, Ресейде В. В. Ермолаев заманауи құқық қорғау жүйесінің бірқатар мәселелерін анықтап, оларды шешу қажеттігін атап өтеді [73]. Бізге бұл ғалымның азаматтардың ПО жүйесіне деген сеніміне әсер ететін және керісінше оны бұзатын факторларды нақтылау маңызды болып көрінді (2-кесте).

Сенім тудырады	Сенімді бұзады
Адал және ашық қарым-қатынас, өзара көмек және ынтымақтастық	Өз әл-ауқатын қамтамасыз етуге қызығушылықтың басқа адамдардың әл-ауқатынан басым болуы
Нақты және бұрмаланбаған ақпарат беру	Іс-әрекеттердің сәйкес келмеуі, берілген нұсқаулардың сәйкес келмеуі
Міндеттемелер мен уәделерді жүзеге асыру	Негізсіз қорытындылардың болуы, қызметкерлер қызметінің жауапсыздығы, факторлар мен куәліктерді қажетті және тиісті тексерудің болмауы
Кәсіби шеберлік пен жоғары құзыреттілікті көрсету	Өзін-өзі ақтау стратегиясының Үстемдігі
Басқа пікірді тыңдау қабілеті тіпті онымен келіспесе де	Тиімсіз немесе сәтсіз қызмет жағдайында басқаларды кінәлау практикасының болуы

Кесте 2 - Азаматтардың ПО қызметкерлеріне деген сенімін/сенімсіздігін анықтайтын факторлар

Сонымен, құзыретті, адал және азаматтарға көмек көрсетуге дайын ПО қызметкерлері сенім артады. Тиісінше, адамдар немқұрайлы, жауапсыз және өзімшіл полицейлерге сенбейді.

Өз зерттеулерінде А.И. Дубнякова халықтың ПО-ның «идеалды» қызметкері туралы идеяларын атап өтті. Оның портретіне мыналар кіреді:

«- қарым-қатынас орнату қабілеті (әдептілік, ізгі ниет, құрмет, басқа адамдарға қолдау көрсетуге және көмектесуге деген ұмтылыс, жеке тұлғаны жетілдіруге, байсалдылыққа және т.б.);

- ерікті сипаттамалар (жоғары жұмыс қабілеттілігі, кәсіби міндеттерге жауапкершілікпен қарау, батылдық, тәртіптілік, сенімділік, кәсібилік, адалдық);

- эмоционалды құзыреттілік (сезімталдық, эмпатия, парасаттылық, интуиция, сүйкімділік, табысқа ұмтылу)» [74].

Ғылыми әдебиеттерде полиция қызметкерлерінің оң имиджі олардың білім деңгейі мен кәсіби құзыреттілігіне тікелей байланысты болатын ұстаным берік орныққан. Полиция қызметкерлерінің жеке қасиеттерінің, сондай-ақ полиция лауазымына кандидаттардың коммуникативтік дағдыларының болуы да маңызды рөл атқарады. ПО қызметкерлерімен мақсатты тәрбие жұмысын жүзеге асырудың маңыздылығына назар аударылады.

О.Г. Кравцов, В.А. Балашова және В.Л. Цветков адамдармен жұмыс істеу полиция қызметінің негізгі аспектісі болып табылады. бұл ПО

қызметкерлерінен коммуникативтік дағдыларды, соның ішінде әлеуметтік позициялауды дамытуды талап етеді деп жазады. Полиция бейнесін қалыптастыратын дереккөз-бұл теледидар, кейде «әлеуметтік белгілерді» таңу, осы ресурспен жұмыс істеу керек. Сондықтан көптеген ПО қызметкерлері өздерінің психологиялық байланыс негіздерін жетілдіру арқылы бұқаралық ақпарат құралдарында қалыптасқан жағымсыз имиджді бұзуы керек [75]

Бұл зерттеу қарым-қатынас процесінің терең заңдылықтарын көрсетеді. Атап айтқанда, біздің ойымызша «бір жағынан жеке тұлғаға бағытталған өзара іс- қимыл арқылы азаматтардың сенімін қалыптастыру маңызды, ал екінші жағынан-кәсіби коммуникацияны достыққа айналдыру шегінен өтпеу маңызды. Бұл зерттеу, бұрынғыдай, азаматтардың ПО қызметкерлеріне деген көзқарасы тек субъективті өзіндік әсерлер негізінде ғана емес, сонымен қатар қоғам мен БАҚ қалыптастыратын көзқарастар аясында дамитынын көрсетеді. Сондықтан полиция қызметкерлерінің қосымша кәсіптік білімі олардың халықпен сенімді қарым-қатынас мәдениетін дамытуда осы аспектіні ескеруі мүмкін» деп санаймыз.

Жоғарыда айтылғандардың негізінде қызметкерлердің, әсіресе сыртқы қызметтердің коммуникативті және жеке қасиеттерін дамытуға бағытталған мамандандырылған сабақтарды немесе курстарды үнемі өткізу қажеттілігі туралы қорытынды жасауға болады. Осы бағдарламалар шеңберінде сыни жағдайлар, сондай-ақ олардың алдын алу әдістері сияқты жиі кездесетін кемшіліктерді пысықтау керек.

Бұл сабақтарды кадрлық қызмет қызметкерлері емес, кәсіби дайындалған жаттықтырушылар жүргізуі керек, өйткені кадрлық бөлімшелер қызметкерлерінің құзыреттілік деңгейі әрқашан полицияда жұмыс істеу үшін қажетті кәсіби дағдылар деңгейіне сәйкес келе бермейді.

Психология, конфликтология, нейролингвистикалық бағдарламалау және басқа да тиімді коммуникация әдістемелері саласында тәжірибесі бар кәсіби жаттықтырушылар жоғары стандарттарға сәйкес келетін сапалы оқытуды қамтамасыз ете алады. Бұл сонымен қатар қызметкерлерге стандартты емес жағдайларда маңызды білім мен дағдыларды алуға мүмкіндік береді, олар стандартты оқу курстарында немесе теориялық материалдардан үйрене алмайды.

Біздің ойымызша, ПО қызметкерлерінің халықпен сенімді қарым-қатынас мәдениетін дамытуға жәрдемдесу үшін біліктілікті арттыру бағдарламаларын коммуникациямен байланысты психологиялық аспектілермен толықтырған жөн.

Психологиялық жаттығулар полиция қызметкерлеріне олардың кәсіби қасиеттерін жақсартуға ғана емес, сонымен қатар азаматтардың психологиясы туралы терең түсінік қалыптастыруға көмектеседі. Бұл халықтың сенім деңгейін арттырады, өйткені адамдар полиция қызметкерлерінің олардың

тәжірибесін түсінетінін және әділ және құрметпен әрекет етуге дайын екенін көреді.

Демек, полиция қызметкерлерінің, әсіресе сыртқы қызметтерде жұмыс істейтіндердің коммуникативтік және жеке қасиеттерін дамытуға бағытталған мамандандырылған курстар мен тренингтерді енгізу құқық қорғау органдарының кәсібилігін арттырудағы маңызды қадам болып табылады. Психологиялық аспектілерді қамтитын сапалы оқыту процесін құру азаматтармен өзара іс-қимыл дағдыларын жетілдіріп қана қоймай, қоғамның полицияға деген сенім деңгейін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл бағдарламалар тек қызметтік міндеттерін орындауда ғана емес, сонымен бірге азаматтармен оң қарым-қатынас орнатуға, барлығына құрмет, әділеттілік пен қауіпсіздікті қамтамасыз етуге қабілетті полиция қызметкерін қалыптастыруға ықпал етеді.

Диссертациялық зерттеудің үшінші бөлігінің екінші тармағында жүргізілген талдау негізінде халық арасында полицияның имиджі мен сенім деңгейін арттыру үшін ұйымдастырушылық-практикалық шараларды жетілдіру бойынша мынадай толықтырулар ұсынылады. Полиция қызметкерлерінің мінез-құлқының әдеп және кәсіптік стандарттарын жақсарту мақсатында оқыту семинарларын ұйымдастыруды Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігінің ведомстволық бұйрықтарымен регламенттеуді ұсыну қажет. Бұл семинарлар коммуникативтік және жеке қасиеттерді, сондай-ақ халықпен сенімді қарым-қатынас мәдениетін дамытуға бағытталады. Сонымен қатар, олар сыни жағдайларды басқару дағдыларын жетілдіру және полиция қызметкерлерінің коммуникативтік қабілеттерін дамытуға арналған тұрақты курстарды өткізуге негіз болады.

Полицияның имиджін және сенім деңгейін арттыруға бағытталған ұйымдастырушылық шараларды жетілдіру құқықтық тәртіптің тиімді жүйесін дамыту үшін маңызды. Азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімі қауіпсіздікке, қоғамдық келісімге және полицияның қызмет тиімділігіне тікелей әсер етеді. Өзгермелі қоғам мен технологиялық даму жағдайында полицияның әдістерін жаңарту және халықпен өзара іс-қимылын жақсарту қажет.

Полицияның имиджі мен сенімін арттыруға ықпал ететін бірнеше негізгі ұйымдастырушылық шараларды атап өтуге болады:

1. Полиция жұмысының ашықтығы. Құқық қорғау органдарының қызметі туралы ақпараттың жария болуы, оның ішінде қылмыстардың ашылуы мен қоғамдық шаралар туралы есептерді үнемі жариялау. Бұл полицияның ашықтығын арттырады және азаматтардың сенімін нығайтады.

2. Қоғамдық пікір мониторингі. Полиция жұмысының тиімділігін бағалау үшін қоғамның пікірін зерттеу мен сауалнамалар жүргізу, бұл тәжірибені түзетуге көмектеседі.

3. Қоғаммен өзара әрекеттесу. Азаматтармен кездесулер өткізу, қоғамдық және құқық қорғау ұйымдарымен ынтымақтастық орнату арқылы сенімді

қарым-қатынас қалыптастыру. Сонымен қатар, қылмыстың алдын алу бағдарламаларын енгізу қажет.

4. Полиция қызметкерлерінің кәсібилігі. Оқыту және қайта даярлау, этика мен кәсіби стандарттарды енгізу. Бұл полиция қызметкерлерінің кәсіби деңгейін арттырып, қоғаммен қарым-қатынасты жақсартады.

5. Технологиялар мен инновациялар. Цифрлық платформаларды енгізу, бейнемониторинг пен ашықтықты қамтамасыз ету арқылы полицияның жұмысын қол жетімді ету.

6. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес. Тәуелсіз бақылау органдарын енгізу, адал қызметкерлерді қорғау бағдарламалары. Бұл сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресті күшейтеді.

7. Жастармен ынтымақтастық. Жастарға құқықтық білім беру бағдарламаларын енгізу, интерактивті іс-шаралар өткізу арқылы полицияның қоғамдағы рөлін нығайту.

8. Шағымдармен жұмыс. Шағым беру жүйесін жетілдіріп, әділ тергеу жүргізу арқылы полицияның тиімділігін арттыру.

Аталған шаралар құқық қорғау органдарының қызметін жақсартуға, қоғаммен өзара әрекеттесуді күшейтуге және полицияға деген сенімді арттыруға ықпал етеді. Бұл ретте, халық арасында полицияның имиджі мен сенімін арттыру үшін ұйымдастырушылық-практикалық шараларды жетілдіру кешенді тәсілді талап етеді. Мұндай тәсіл полиция қызметінің сапасы мен ашықтығын арттыруды, оның кәсібилігін жоғарылатуды, жаңа технологияларды енгізуді, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес жүргізуді және азаматтармен белсенді өзара әрекеттесуді қамтиды. Осы шаралардың жүзеге асырылуы полицияның қоғамға қызмет ету және оның қауіпсіздігін қамтамасыз ету мақсатындағы бейнесін қалыптастыруға көмектеседі, сондай-ақ азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімін нығайтады.

Диссертациялық зерттеу барысында полицияның имиджіне әсер ететін негізгі факторларды анықтауға бағытталған кешенді жұмыс жүргізілді және оны жақсарту, сондай-ақ халық арасындағы сенім деңгейін арттыру бойынша практикалық ұсыныстар ұсынылды.

Қорытындылай келе, диссертацияның кейбір тұжырымдамалық маңызды тұстарын бөліп көрсету керек.

Қазіргі уақытта азаматтардың сенімі құқықтық тәртіп қызметкерлерінің қызметі үшін негіз болып табылады, онсыз адамдардың құқықтары мен бостандықтарын қорғау қоғам үшін қандай да бір мағынаны жоғалтады. Қоғамның әртүрлі салаларында байқалған полицияның сенімі мен теріс имиджінің төмендігі көптеген факторлардың салдары болып табылады, олардың ішінде құқық қорғау органдарының іс-әрекеттерінде ашықтықтың жеткіліксіздігі, билікті теріс пайдалану жағдайлары, сондай-ақ полиция мен азаматтар арасындағы байланыстың болмауы.

Жалпы қоғам полицияның қызметін объективті бағалауы үшін сенімге, кейіннен құрметке ие болу керек. Сенім-бұл жеке шешімдер мен әрекеттерден тұратын бірнеше рет өзара әрекеттесу арқылы қалыптасатын қатынас. Сенім нәтижені емес, принципті қалыптастыратынын есте ұстаған жөн. Бейтараптық, заң нормаларын дәл ұстану, принциптілік, тең көзқарас халықтың сенімінің негізгі құрамдас бөлігі болып табылады.

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының 2024 жылғы қазаннан қарашаға дейін жүргізген зерттеуі полицияның сенімі - 64,3%, ішінара сенемін - 26,9%, керісінше сенбеймін - 3,9%, сенбеймін - 3,4% және жауап беру қиынға соғады - 1,5%.

Сауалнамаға республиканың түкпір-түкпірінен 13 891 618 респондент қатысты, оның ішінде қалалық жердің тұрғындары 8 735 681 және 5 155 937 ауылдық жерлердің тұрғындары, мужчин жынысы бойынша 6 689 875 және 7 201 742 әйел.

Сонымен бірге, сенімсіздік пайызы сақталуда, полицияға сенімсіздік себептері анықталды, сауалнама нәтижелері бойынша респонденттердің 33,7% - ы өздерін жемқор деп санайды, 20% - ы абыройсыздық, формализм және бюрократия, 19,1% жауап берді бұрын кездескен және оң нәтиже алмаған, 17,1% белсенділік құқықтарды қорғаудан гөрі жазалау шараларымен байланысты азаматтар, респонденттердің 16,6% - ы қорқынышпен жауап берді, байланыспаған дұрыс, бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) 13,4% - ы, 11,5% - ы бұл құрылыммен ешқашан кездеспегенін, 3,7% - ы мемлекеттік органдарды қорғады деп жауап берді, азаматтар емес, мемлекеттік органның 7,5% жабылуы, 0,1% басқа себептерді көрсетті.

Біз полиция қызметкерлеріне теріс көзқарастың себептерін зерделеу мақсатында әлеуметтік сауалнама жүргіздік, оған 49 азаматтық респондент

қатысты. Біздің мақсатымыз қоғамның сенімсіздігінің негізгі себептерін анықтау болғандықтан, «құқық қорғау органдарының жұмысындағы кемшіліктердің себептері» мәселесіне респонденттердің көпшілігі сыбайлас жемқорлықты – 55,1%, төмен жалақыны – 51%, кәсібилік пен қабілетсіздікті – 40,8%, жерлестік және туыстық байланыстардың таралуын – 40,8% көрсетті.

Азаматтардың полиция жұмысы туралы пікірін қалыптастыруға барынша әсер ететін факторларға респонденттердің 42,9%-ы жаңалықтар мен публицистикалық телешоуларды, 32,7%-ы полиция қызметкерлерімен жеке қарым-қатынас тәжірибесін, әлеуметтік желілерді, сондай-ақ 24,5%-ы достарымен, таныстарымен және отбасы шеңберінде әңгімелесулерді атап өтті.

Сондай-ақ, біз респонденттерден полиция қызметкерінің оң бейнесі қандай деп ойлайтынын сұрауды ұмытқан жоқпыз. Көбісі, бұл 65,3%, жауап берді: білімді, өз елінің патриоты – 63,3%, жауапты – 61,2%. Сондай-ақ, 2% сенімді, қорғаушы, адал және принципті деп қосты.

Осылайша, жалпы ҚР азаматтарының полицияға деген сенімін арттыруды, азаматтардың полицейлердің жұмысына деген біртіндеп қалыптасып келе жатқан және орнықты құрметін айта отырып, полицейлердің имиджін нығайту бойынша тұрақты және мақсатты жұмыс жүргізіліп жатқанын растауға болады.

Полицияның жұмысы туралы оң пікір қалыптастыруға бұқаралық ақпарат құралдарында қызметкерлердің күнделікті іс-әрекетін жариялау көп жағынан ықпал етеді. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының нәтижелері полицияға деген сенімнің жеткіліксіз деңгейін айқын көрсетті. Алайда сенім деңгейінің артуы үшін полицейлердің өз лауазымдық міндеттерін орындауы, сондай-ақ жалпы қоғаммен жұмыс істеу бойынша одан әрі жұмыс қажет.

Қазақстан азаматтарының құқық қорғау жүйесінің қызметкерлеріне деген теріс көзқарасын бұқаралық ақпарат құралдары жұртшылықтың үлкен қызығушылығын тудыратын тақырыпты іздеу кезінде өз рейтингін көтеру мақсатында жиі күшейтеді. Құқық қорғау органдары қызметкерлерінің құқыққа қайшы іс-әрекеттер жасауының әрбір дерлік жағдайы, олардың қатысуымен кез келген жанжалды жағдай кеңінен жарияланады. Бұл бүкіл жүйенің жұмысына деген көзқараста стереотиптердің қалыптасуына әсер етпеуі мүмкін емес. Сондай-ақ, бұл, өкінішке орай, өз міндеттерін адал және лайықты орындайтын адал қызметкерлерге көлеңке түсіреді.

Сонымен қатар, бұқаралық ақпарат құралдарында, соның ішінде интернет желісінде, құқық қорғау органдарының қызметкерлері жұмыс орындарында ұйықтайтын көптеген бейнелер мен фотосуреттер ұқыпсыз көрінеді, көбінесе сюжет авторлары атап өткендей, алкогольдің иісі бар немесе өздері қорғауға арналған қоғамдық тәртіпті бұзады. Бұл фактілер құқық қорғау органдарының имиджін сақтау, Әдеп нормаларды және жалпы қолданыстағы заңнаманы сақтау, кадрларды іріктеу мен орналастырудағы кемшіліктер бойынша басшылардың бағыныстылармен нашар тәрбие жұмысын көрсетеді.

Алайда, елде құқық қорғау органдарының қызметкерлері бұқаралық ақпарат құралдарында көрсетілгеннен гөрі жақсы жұмыс істейді деп санайтындар аз емес. Бұл адамдардың көпшілігі құқықтық тәртіп қызметкерлерімен өзара әрекеттесудің жеке оң тәжірибесіне сүйене отырып осындай қорытындыға келген.

Осы тақырып бойынша отандық мазмұнды зерттеу біздің елде мұндай жұмыс іс жүзінде жүргізілмейді деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді, ал қолданыстағы жұмыстарда құқық қорғау органдарының қызметкерлері жиі теріс көзқараста болады. Мысалы, «Патруль» қазақстандық телехикаясында құқық қорғау органдарының қызметкерлері көрерменнің алдына сыбайлас жемқорлық, жалқау және т. б. ретінде шығады.

Осылайша, құқық қорғау органдарының қызметі туралы тұтас идеяны қалыптастыруға келесі факторлар көбірек әсер етеді деп айтуға болады:

– белгілі бір өмірлік жағдайлар кезінде құқық қорғау органдарының қызметкерлерімен тікелей байланыс;

– бұқаралық ақпарат құралдары ұсынған ақпарат;

– белгілі бір уақыт аралығында қоғамда қалыптасқан стереотиптер;

Құқық қорғау органдарының қызметіне теріс көзқарас мәселесін шешудің тәсілдерінің ішінде мыналарды атап өтуге болады:

1) бұқаралық ақпарат құралдарында немесе телекоммуникация желілерінде құқықтық тәртіп қызметкерлерінің оң қасиеттері мен іс-әрекеттерін белсенді жариялау;

2) құқық қорғау органдары қызметкерлерінің біліктілігін арттыру;

3) құқық қорғау органдарының халықпен, сондай-ақ азаматтық қоғам институттарымен өзара іс-қимылын жақсартуға бағытталған шаралар кешенін жүзеге асыру. Полиция халыққа танымал және қол жетімді болуы керек, олардың қажеттіліктеріне жауап беруі керек, азаматтардың мәселелерін тыңдауы керек.

4) құқық қорғау органдары қызметкерлерінің ақшалай үлесін арттыру;

5) сыбайлас жемқорлыққа қарсы күреске бағытталған шараларды іске асыру;

6) құқық қорғау органдарының қызметін реттеудің ашық тетігін құру;

7) құқық қорғау органдары қызметкерлерінің жасалған құқық бұзушылықтар мен қылмыстар үшін жауапкершілігін күшейту.

Диссертациялық зерттеудің нәтижелері бойынша құқық қорғау органдары қызметінің тиімділігін жақсартуға және соның салдарынан азаматтардың оларға деген сенім деңгейін арттыруға мүмкіндік беретін мынадай тұжырымдар жасалды және ұсынымдар тұжырымдалды.

Біріншіден, полиция қызметінің деңгейін арттыру бойынша жұмысты қызметкерлердің кәсібилігін жоюдан бастаған жөн, бұл білім беру процесінің сапасын үнемі арттыруды талап етеді. Адамдармен жұмыс істейтін қызметкердің кәсібилігі мен құзыреттілігі жоғары болуы керек. Құқық қорғау органдарының тиімді жұмысы мен көрсеткіштері әр қызметкерге байланысты болғандықтан, әріптестің нашар жұмысы – бұл өзін-өзі жетілдірудің орнына уақытты, денсаулықты көбірек жұмсайтын басқа қызметкерге қосымша жүктеме.

Екіншіден, сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін болдырмау бойынша алдын алу шараларын күшейту қажет.

Үшіншіден, құқықтық тәртіп органдарының қызметкерлерін ықтимал мансаптық өсу перспективасы туралы хабардар ету керек, бұл өз кезегінде олардың қызметтік міндеттерін сапалы атқаруына түрткі болады.

Төртіншіден, құқық қорғау органдары қызметінің жеделдігі мен нәтижелілігіне тікелей әсер ететін материалдық-техникалық жарақтандыруды жақсартуды қамтамасыз ету қажет.

Бесіншіден, ПО қызметкерлерінің оң имиджін қалыптастыру мақсатында Құқықтық тәртіп органдарының бұқаралық ақпарат құралдарымен немесе телекоммуникация желілерімен ынтымақтастығы қажет. ПО баспасөз қызметтерінің бұқаралық ақпарат құралдарымен немесе телекоммуникация желілерімен тығыз өзара іс-қимылы мен ынтымақтастығын қамтамасыз ету маңызды.

Алтыншыдан, барлық тұрмыста, қарым-қатынаста, көшеде, үйде және т. б. қызметкерлердің қарапайымдылығы мен ұстамдылығын ояту.

Жетіншіден, полиция қызметкерлерінің бойында адамгершілік, ұлт, патриотизм және әділеттілік қасиеттерін қалыптастыру полиция органдарының оң имиджін қалыптастыруға айтарлықтай әсер етеді. Бұл қасиеттер полицияның қоғаммен қарым-қатынасын жақсартуға және халықтың оған деген сенімін арттыруға ықпал етеді.

Аталған ұсыныстарды іске асыру қазіргі қоғамның құқық қорғау органдарының қызметіне сенімсіздік мәселесін шешуге көмектеседі.

Қорытындылай келе, азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімі қоғамның тұрақтылығы мен қауіпсіздігін қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады деп айтуға болады. Қоғамда сақталатын белгілі бір сенімсіздік деңгейіне қарамастан, полиция имиджіндегі оң өзгерістер қызметкерлердің кәсібилігін арттыруды, азаматтармен белсенді өзара іс-қимылды, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресті және полицияның жұмысын бұқаралық ақпарат құралдарында немесе телекоммуникация желілерінде тиімді жариялауды қамтитын кешенді тәсіл арқылы мүмкін болады. Құқық қорғау органдарының жұмысынан оң мысалдарды насихаттау, халықпен өзара іс-қимылдың ашық жүйесін құру және қызметкерлердің еңбек жағдайларын жақсарту азаматтардың құқық қорғау органдарына деген сенімі мен құрметін нығайтуға ықпал етеді.

Ұсынылған шараларды іске асыру халықтың сенім деңгейін арттыруға және полицияның оң қоғамдық қабылдауын қалыптастыруға мүмкіндік береді, бұл өз кезегінде жалпы құқық қорғау органдары жұмысының тиімділігін арттырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕККӨЗДЕРДІҢ ТІЗІМІ

- 1 Кудайбергенов А. Глава государства рассказал, как полиция Казахстана может повысить доверие граждан к себе / Кудайбергенов А. [Электронный ресурс]//Информбюро: [сайт]. — URL: <https://informburo.kz/novosti/prezident-k-sozaleniyu-imidz-i-avtoritet-policii-ne-sootvetstvuyut-idealu> (дата обращения: 30.03.2025).
- 2 Веблен Т. Теория праздного класса / Веблен Т. — ISBN 978-5-17-152181-3. — Москва: Издательство АСТ, 2021— 205 с.
- 3 Ученова В. Философия рекламы / Ученова В. — ISBN: 5-901008-24-3. — Москва: Гелла-Принт, 2003 — 208 с.
- 4 Огилви Д. Огилви о рекламе / Огилви Д. — ISBN 978-5-91657-458-6. — Москва: Эксмо, 2004 — 232 с.
- 5 Негизбаева М. О. Актуальные проблемы функционирования пресс-служб и PR-структур госуд. и коммерческих организаций Казахстана. // Материалы международной научно-практической конференции. – 2011 – № 4.– С.10-14
- 6 Бекболатұлы Ж. Проблемы функционирования связей с общественностью в Казахстане // Вестник КазНУ.– 2017. – №1 – С.67-69
- 7 Гундарин М.В., Сидорова А.Г. PR в изменяющемся мире: Коммуникационные технологии в деятельности органов власти: Сборник статей. – 2010. – № 8. – С. 48-54.
- 8 Копежанова Д. Е. Политический PR в Казахстане: тенденции развития и перспективы// Сборник статей: PR в изменяющемся мире: Коммуникационные технологии в деятельности органов власти: Сборник статей.– 2010.– № 8.– С.48-54.
- 9 Бекболатұлы Ж., Караулова А. Связи с общественностью в Казахстане: история и современность // Эксперт Казахста.– 2012. – № 50.– С.12-17
- 10 Бекболатұлы Ж. Жұртшылықпен байланыс. Оқу құралы / Бекболатұлы Ж. — ISBN 9786012251302. — Алматы: Экономика, 2009 — 290 С.
- 11 Наумкин Ю.В., Кокарев В.Л. Историко-правовые вопросы использования возможностей массовой информации в укреплении правопорядка // Бизнес в законе. – 2012. – № 3. – С. 14-19.
- 12 Grunig J.E., Hunt T. Managing public relations. Holt, Rinehart & Winston. — New York., 1984. — 550 p.
- 13 Благоразумный А.А., Коробов В.Б. Организация общественных связей органов внутренних дел.— М., 2004.—164 с.
- 14 Кошелев А.А. Структура и функциональные характеристики современной прессслужбы // Научный альманах.— 2017.— №3.— С. 291-293.
- 15 Комлев Ю.Ю. Органы внутренних дел и средства массовой информации: от общественной осведомленности к оптимальному взаимодействию. —Казань, 2001.— 171 с.
- 16 Колесник К.С. Связи с общественностью в системе управления органами

внутренних дел (социологический анализ): автореф. дис. канд. соц. наук.— М., 2009.—134 с.

17 Қазақстан Республикасының ішкі істер органдары туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2014 жылғы 23 сәуірдегі № 199-V ҚРЗ./ [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі:[сайт].—URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1400000199> (жүгінген күні: 30.03.2025).

18 «Қазақстан Республикасының ішкі істер органдары туралы» Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 23 сәуірдегі № 199-V Заңы / [Электрондық ресурс] // «Параграф» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі:[сайт].—URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31538979#activate_doc=2 (жүгінген күні: 30.03.2025).

19 Васильева И.Н. Потенциал социально-коммуникативных технологий в системе управления органов внутренних дел Российской Федерации: автореф. дис. канд. соц. наук. — М., 2020. — 260 с.

20 Шишкина М.А. Паблик рилейшинз в системе социального управления. — СПб.: Паллада-медиа, 2002.— 444 с.

21 Дербичева С.А., Астапенко П.Н. Проблемы позиционирования и восприятия полиции, милиции в современном обществе. // Закон и право.— 2005.— № 3. —С. 40- 42.

22 Европейский кодекс полицейской этики Совета Европы / Сост.: Санкт-Петербургской общественной правозащитной организацией «Гражданский контроль».— СПб.— 2003.— 160 с.

23 Ральф К. Права человека и полиция: Пособие по практическому обучению. — Страсбург: Совет Европы. 1999. — 90 с.

24 Кобзин Д.А., Черноусое А.Н. Полиция и права человека : практическое пособие. — Харьков: Харьковский институт социальных исследований, 2011. — 270 с.

25 Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе /сост. Старшим полицейским советником при Генеральном секретаре ОБСЕ.- Вена: ОБСЕ, 2008. — С. 12

26 Андреева И.А. Реформирование национальной полиции Франции в конце XX - начале XXI века // Научный портал МВД России.— 2012.— № 1 (17). — С.116.

27 Дербичева С.А., Астапенко П.Н. Стремящаяся к переменам, или марочная стратегия деятельности полиции, милиции в системе полицейского, милицейского позиционирования // Закон и право.— 2005. — № 6.— С. 34.

28 Комлев Ю.Ю. Общественное мнение как критерий официальной оценки деятельности полиции: состояние, тенденции, проблемы формирования и измерения // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2012. — № 7. — С. 9

29 Соколов А.Н., Сердобинцев К.С. Гражданское общество, правовое

государство, органы внутренних дел (полиция): проблемы и задачи взаимодействия // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России.–2011.– № 4.– С. 18.

30 Бурганова Л.А., Хуснутдинова А.И. Репрезентация исследовательских дискурсов коммуникативных практик в системе органов внутренних дел // Вестник Казанского технологического университета.– 2012.– № 5.– С.188.

31 Киселев А.К. Общество и полиция в Европе: опыт последнего десятилетия // Административное право и процесс. – 2012. – № 11. – С.54

32 Окс С.И. Оценка имиджа силовых структур: национальный аспект // Вестник Воронежского государственного университета.– 2010. – № 1.–С. 169.

33 Сойников С.А. Административно-правовое регулирование оборота массовой информации в органах внутренних дел Федеративной Республики Германия // Научный портал МВД России.– 2011.– № 2 (14).– С.126.

34 Чинзориг С. Проблемы взаимодействия органов полиции монголии со средствами массовой информации // Закон и право. – 2008. – № 2. – С. 115

35 Болдырев А. В., Болдырева Т. А., Тхоржевская Л. В. Психодиагностические маркеры феномена недоверия у сотрудников уголовно-исполнительной системы // Прикладная юридическая психология. – 2016. – № 1(34). – С. 88–94.

36 Зубова Л. В., Щеглова И. Г. К проблеме изучения правосознания личности // Оренбургские горизонты: прошлое, настоящее, будущее: сборник материалов Всероссийской научно-практической конф., посвященной 275-летию Оренбургской губернии и 85-летию Оренбургской области, Оренбург, 21–22 ноября 2019 года. – Оренбург: ООО «Фронтир», 2019. – С. 231–234.

37 Римский А.Л. Обеспечение общественного доверия и поддержки гражданами деятельности органов внутренних дел // Общественное мнение о деятельности органов внутренних дел Российской Федерации: состояние и перспективы: Материалы Всероссийской межведомственной научно-практической конференции.– 2012.– № 6.– С.32-33.

38 Официальный сайт Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Результаты анализа уровня доверия населения к правоохранительным органам [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-crime/spreadsheets/> (дата обращения: 30.03.2025).

39 Демидов Ю. Надо сломать негативные стереотипы // Полиция России. – 2012. – № 12. – С. 14.

40 Тимко, С.А., Жайворонок, А.В. Пропаганда и агитация в деятельности органов внутренних дел // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2013.–№ 4 (55).–С. 43-47.

41 Тастанова Л. Пишите - вас оценят! Республиканский литературный конкурс детективных произведений «Серт» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://time.kz/articles/grim/2020/11/10/pishite-vas-otsenyat> (дата

обращения: 30.03.2025).

42 Tyler, T. How Police Can Regain Public Trust, According to Science// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.psychologicalscience.org/%20observer/effective-policing-depends-on-public-trust-science-shows> (дата обращения 10.02.2025).

43 Пчелкина В. Словарь иностранных слов/ Пчелкина В.—18-е изд.— Москва: Эксперт, 1989—624 с.

44 Майоров, В.И. Совершенствование деятельности полиции на основе общественного доверия и поддержки граждан// Актуальные проблемы административного и административно процессуального права: Сборник статей по материалам ежегодной Всероссийской научно-практической конференции.— 2016. № 4.— С.114-122.

45 Трушина, И.О. Влияние средств массовой информации на формирование имиджа полиции // Преступность в СНГ: проблемы предупреждения и раскрытия преступлений. Воронеж: Воронежский институт МВД России. – 2021.— № 4.— С.208-209.

46 Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII Заңы/ [Электрондық ресурс]. – Қол жеткізу режимі: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z2400000093> (жүгінген күні: 24.08.2024).

47 Зудаева, В.В., Бруева, Н.В. Роль СМИ в создании имиджа сотрудника органов внутренних дел // Научный дайджест Восточно-Сибирского института МВД России – 2020.— № 2.— С.235.

48 Президент провел расширенное заседание коллегии министерства внутренних дел [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента Республики Казахстан. – Режим доступа: <https://www.akorda.kz/ru/prezident-provel-rasshirennoe-zasedanie-kollegii-ministerstva-vnutrennih-del-3052832> (дата обращения: 28.02.2024).

49 Майоров В.И. Повышение эффективности деятельности полиции с помощью реализации политики информационной открытости // Вестник Челябинского государственного университета. Право.— 2016.— № 3.— С.128.

50 Оссе, А. Принципы деятельности полиции. Методическое пособие по правам человека / Оссе А. [Электронный ресурс] //WizCase: [сайт]. – Режим доступа: <http://dot.kostacademy.kz/bible/files/536132812.pdf> (дата обращения: 28.02.2025).

51 Подгайный, А.М., Шиенкова, А.С. Зарубежный опыт оценки эффективности деят. полицейских структур// Вестн. Краснодар.ун-та МВД России.—2014.— № 4 (25).— С.126–129.

52 Погорелая, М. Работа немецким полицейским и зарплата полицейского в Германии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://okrabota.de/blog/rabota-politsejskim-v-germanii/> (дата обращения: 24.03.2025).

53 Кикоть, В.Я., Столяренко, А.М. Юридическая педагогика: учеб.для студентов вузов, обучающихся по специальности 021100 «Юриспруденция».—

М.:Юнити-Дана, 2004.—895 с.

54 Winkunle O. Image Management in the Nigeria Police Force: Prospects and Challenges, 2020.—134 p.

55 Mayes L. Social Media and Community-Oriented Policing: Examining the Organizational Image Construction of Municipal Police on Twitter and Facebook. *Police Practice and Research*. – 2020. – No. 22. – P. 1–18.

56 Қазақстан Республикасының құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау органдары және мемлекеттік фельдъегерлік қызметі қызметкерлерінің әдеп кодексін бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 2 қаңтардағы № 81 Жарлығы. / [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі : [сайт].— URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2300000081> (жүгінген күні:25.04.2025).

57 Васюкова И. А., Сазонова, И.К. Словарь иностранных слов/ И.А.Васюкова, И. К.Сазонова —ISBN 5-7805-0380-X. —Москва:АСТ-ПРЕСС, 1999—640 с.

58 Федорова В.А. Содержание понятия «имидж предприятия» // *Экономика транспортного комплекса: сб.наук. праць.*—2013.— №21.— С.26–40.

59 Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000. – 1232 с.

60 Шамаев А.М. Некоторые вопросы противодействия дискредитации сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации, участвующих в контртеррористических операциях на территории Северо-Кавказского федерального округа // *Пробелы в российском законодательстве.*— 2017.—№ 3.— С.120-122.

61 Дьяченко Н.Н. Формы и виды дискредитации сотрудников органов внутренних дел // *Научный портал МВД России.* – 2013. – № 3. – С. 55-59.

62 Мантуров О.С., Нелюбин Р.В. Правовая культура сотрудника полиции как ответ на провоцирующее поведение граждан // *Полицейская деятельность.* – 2019.— № 4.—С. 1-8.

63 Құқық қорғау қызметі туралы Қазақстан Республикасының 2011 жылғы 6 қаңтардағы № 380-IV Заңы./ [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі : [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1100000380> (жүгінген күні: 30.05.2025).

64 Әкімшілік құқық бұзушылық туралы Қазақстан Республикасының Кодексі 2014 жылғы 5 шілдедегі № 235-V ҚРЗ. / [Электрондық ресурс]// «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі:[сайт].—URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1400000235> (жүгінген күні:25.03.2025).

65 Хорбков И. Что нельзя фотографировать в Европе. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://photolime.ru/articles/item/chto-nelzya->

fotografirovat-v-evrope.html (дата обращения: 10.03.2025).

66 Қазақстан Республикасының ішкі істер органдары туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2014 жылғы 23 сәуірдегі № 199-V ҚРЗ. / [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі:— URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1400000199> (жүгінген күні: 10.03.2025).

67 Қазақстан Республикасының Конституциясы Конституция 1995 жылы 30 тамызда республикалық референдумда қабылданды./ [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі: [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K9500010000> (жүгінген күні: 10.03.2025).

68 Қазақстан Республикасының құқық қорғау органдары, азаматтық қорғау органдары және мемлекеттік фельдъегерлік қызметі қызметкерлерінің әдеп кодексін бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2023 жылғы 2 қаңтардағы № 81 Жарлығы/ [Электрондық ресурс] // «Әділет» Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі: URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U2300000081> (жүгінген күні: 25.04.2025).

69 Шушкевич И.Ч. Система подготовки полицейских во Франции. – М.: Бек, 1994.–129с.

70 Губанов А.В. Полиция зарубежных стран. Организационно - правовые основы, стратегия и тактика деятельности.– М,1999.–23с.

71 Марьин М.И., Касперович Ю.Г., Петров В.Е. Психологическое обеспечение формирования и развития культуры общения и коммуникативной компетентности у сотрудников органов внутренних дел: Учеб.метод.пособие.-М.,2007.–345с.

72 Гусев Р.Г. Зарубежный опыт разработки критериев и механизмов оценки деятельности право охранительных органов // Новый юридический журнал.– 2012.–№ 3.–С. 222–227.

73 Ермолаев, В. В. Доверие граждан полиции как критерий управляемости организационной культуры ОВД на этапе реформирования //Прикладная юридическая психология.– 2014 – № 3. – С. 112–119.

74 Дубнякова, А. И. Образ сотрудника полиции в сознании граждан // Психопедагогика в правоохранительных органах– 2013.– № 4 (55).– С.19-21

75 Кравцов, О. Г. Особенности социального позиционирования оперативных сотрудников полиции // Психопедагогика в правоохранительных органах– 2018.– № 4 (75)– С.60–64.