

Имидж судебной власти в современной России

ВЛАДИСЛАВ СЕРЫЙ

Имидж судебной власти – это комплекс ассоциативных представлений, возникающих под воздействием личных впечатлений или средств массовой информации. Его можно отнести к понятию социального стереотипа, который необходимо формировать целенаправленно и продуманно, в противном случае это будет происходить стихийно, как правило, с негативным эффектом.

Имидж власти, – а власти судебной в особенности, весьма трудноопределяемое понятие, прежде всего потому, что речь идет о комплексе качеств и свойств, кадровых и организационных характеристик, которые чаще всего невозможно представить в виде зрительного образа.

Имидж – объект не материалистический, он возникает лишь в сознании людей, и оценить его можно лишь по тому отношению, которое будет проявляться в общественном мнении.

Понятие «имидж» определяется как целенаправленно и активно формируемый с помощью различных средств, эмоционально окрашенный, привлекательный или непривлекательный, образ человека, политика, лидера, общественной организации, партии, движения и др., призванный способствовать укреплению или ослаблению престижа, репутации политика (партии), роста доверия или недоверия к нему (ней)¹.

С институциональной точки зрения имидж судебной власти можно соотнести с понятием имиджа организации, корпорации, то есть понимать как символически выраженное представление об особенностях, специфике, уникальности одной из трех ветвей власти, ее репутации, сформировавшейся в общественном мнении.

Целенаправленное формирование имиджа органов власти, в том числе вла-

СЕРЫЙ Владислав Владимирович – советник юстиции Прокуратуры Нанайского района Хабаровского края. E-mail: lapuschka07@mail.ru

Ключевые слова: государственная власть, имидж, Конституционный Суд РФ, коррупция, прокуратура, суд, судья, судебная власть.

сти судебной, необходимо для создания благоприятного отношения у населения к государственной власти и тем решениям, которые она принимает.

В последнее десятилетие при правительствах большинства стран Запада созданы PR-службы, которые выполняют две основные задачи:

– *первая задача* – просвещать общественность о деятельности государственных институтов, в том числе суда, прокуратуры, следственных комитетов и комиссий, адвокатуры, создавая благоприятный климат для осуществления государственной политики;

– *вторая* – информировать принимающие решения государственные органы о существующей и возможной реакции общественности на проводимую и перспективную политику.

Во многих странах, в том числе и России, в каждом министерстве есть информационный отдел (центр, служба), работают пресс-секретари, осуществляющие связь с общественностью.

Однако в структурах и институтах судебной власти к PR-подразделениям относятся прохладно, считая их неконкурентной сферой, требующей дополнительных финансовых затрат. Многие руководители считают, что осуществление связи с общественностью – это их собственная прерогатива, не требующая профессиональных и компетентных специалистов.

Такое предубеждение к PR-службам вызвано также боязнью привлечь внимание общественности к спорным вопросам, нераскрытым преступлениям или затянувшимся острым процессам. Здесь сказывается недооценка необходимости учиться, жить и работать в новом социокультурном режиме рыночных отношений, при котором расширяются сферы влияния гражданского общества, предпринимательских структур, политических партий.

Как и из чего в настоящее время складывается публичный имидж судебной власти?

На формирование имиджевой политики судебной власти, как любого другого субъекта имиджологии на территории Российской Федерации, влияют как общие положения, сформулированные в Конституции РФ, Гражданском кодексе, так и специальные нормы, регулирующие отношения в сфере общественных коммуникаций.

Основными нормативно-правовыми актами в данной области являются Федеральные законы РФ «О рекламе» (2006 г.) и «О средствах массовой информации» (в ред. от 9 февраля 2009 г.)².

Данные законодательные акты регулируют общественные отношения в области поиска, получения, производства и распространения информации, а также все, что связано с производством и распространением продукции средств массовой информации.

Анализ публикаций в средствах массовой информации показывает, что на формировании имиджа судебной власти существенным образом сказывается несовершенство законодательства, в связи с чем дела в суде, как правило, разваливаются, не добавляя авторитета судебной власти.

Возьмем вопрос об антикоррупционных процессах, напрямую сказывающихся на имидже судебной власти.

По оценке Генпрокуратуры, коррупционный рынок страны составлял 240 млрд долл.

В настоящее время, по оценке Национального антикоррупционного комитета, из-за финансового кризиса, увеличившего отток капитала из страны, объем коррупционного рынка упал³. Однако коррупционеров меньше не стало.

Другое дело, что, по данным Верховного Суда РФ, за руку ловят чаще всего работников силовых структур невысокого ранга, преподавателей и врачей, то есть тех, чьи невысокие доходы провоцируют на получение взяток.

Таким образом, борьба с коррупцией ведется в основном в низах. Только в последнее время в этих списках стали проскальзывать высшие должностные лица государства.

Так, например, стало общим местом говорить, что сенаторские должности в Совете Федерации и депутатские в Госдуме покупаются, что дети сановников занимают неоправданно высокие должности, незаконно приватизируют бизнес и приобретают недвижимость.

Однако, несмотря на серьезные материалы, уголовные дела в судах разваливаются или спускаются на тормозах. Преступные действия не получают правовой оценки.

Правда, в новейшей российской истории можно вспомнить, что уголовные обвинения были предъявлены бывшему сенатору от Калмыкии Л. Чахмахану и от Башкирии И. Измествеву, а в 2010 г. лишен депутатского иммунитета депутат Госдумы А. Егизарян.

Любой процесс с участием высших должностных лиц в российском суде сразу же становится закрытым. С одной стороны, можно предположить, что следователи боятся, что в ходе процесса всплывут имена других высокопоставленных чиновников, с другой – что занимающие высокие посты подозреваемые сумели откупиться.

Но в любом случае отсутствие открытых антикоррупционных процессов дает населению право говорить о том, что судьи и прокуроры покрывают мздоимцев, а борьба судебной власти с ними неэффективна. Любой суд над высшими должностными лицами государства должен быть открытым и в полном объеме освещаться в СМИ. Открытость суда будет гарантией, что от ответственности не уйдут ни обвиняемые, ни преступники.

Участниками современного формирования имиджа выступают структуры законодательной и исполнительной власти, средства массовой инфор-

мации, различные научные и образовательные учреждения и т.д. К примеру, в ряде субъектов Федерации для активизации формирования и продвижения благоприятного имиджа территории органами власти с 2004 г. начали создаваться общественные комиссии по имиджевой политике.

Так, например, в Якутии в состав комиссии вошли крупные ученые, деятели культуры и искусства, представители министерств и ведомств, СМИ⁴.

Для создания благоприятного имиджа реализуется коммуникативная политика через проведение круглых столов, интернет-форумов, семинаров с приглашением специалистов в области связи с общественностью (PR), научно-практических конференций, различных конкурсов, проектов.

Для повышения квалификации кадров сферы общественных коммуникаций организуются обучающие курсы.

Безусловно, не все перечисленное можно использовать в создании имиджа судебной власти. Однако работа по его формированию должна носить системный, плановый, организационный и финансово обеспеченный характер.

Весьма действенную форму финансовой поддержки имиджа осуществляет Минфин РФ, разрешая своим приказом по ведению бухгалтерского учета включать в состав нематериальных активов поддержку деловой репутации организации как «имидж фирмы».

В имидже судебной власти заложены определенные резервы улучшения отношений между властью и обществом, чему способствуют мониторинговые социологические исследования.

Так, ИСПИ РАН, проводя в течение 15 лет социальное исследование «Россия. Центр и регионы», вскрыл довольно серьезное негативное отношение населения к судебной власти. Государственным структурам и политическим элитам следова-

ло бы обратить внимание на эти знаковые проценты, не дожидаясь Кондопоги и Кущевской. Исследования показывают, что с задачей не только установить, виновен ли обвиняемый, является ли он взяточником или преступником, но даже со своевременным информированием общества судебные власти не всегда справляются.

Самый высокий показатель доверия к судебной власти был в 1995 г. (начало мониторинга), хотя и тогда ей доверяло всего 16% от числа опрошенных. Из приведенной таблицы видно, что показатель недоверия все эти годы остается очень высоким и колеблется от 59% в начале осуществления проекта до 64–74% в последующих годах⁵.

Таблица

Динамика отношений респондентов к органам правосудия (милиция, суд, прокуратура)

% к числу опрошенных

Год	Доверяю	Не доверяю	Никому не доверяю
1995, январь	16	59	25
1997, январь	10	66	35
1998, декабрь	11	74	27
1999, ноябрь	12	70	32
2000, май	13	72	23
2000, декабрь	15	70	27
2001, декабрь	12	70	19
2002, декабрь	10	68	17
2003, октябрь	11	73	19
2004, июнь	9	72	18
2004, декабрь	9	72	21
2005, сентябрь	12	64	23
2006, январь	11	71	22
2006, июнь	11	76	18
2007, январь	11	75	15
2007, июль	9	75	18
2008, февраль	11	73	17
2008, ноябрь	13	69	17
2009, июль	15	68	17
2009, декабрь	13	69	18
2010, июнь	15	68	17

Все основные негативные тенденции, обозначившиеся на рубеже 2000 г., сохранили или усилили свое проявление. За последние годы доверие населения к милиции (полиции), суду и прокуратуре снизилось, то есть деятельность судебной власти на протяжении длительного времени является дисфункциональной.

Имидж суда формируется в результате специализированных действий и зависит от стиля и содержания деятельности руководителей, характера действий отдельных судей и сотрудников аппарата суда. На практике это означает, что судья при исполнении своих полномочий, а также во внеслужебных отношениях должен избегать всего, что могло бы умалить авторитет судебной власти, достоинство судьи или вызвать сомнение в его объективности, справедливости и беспристрастности.

От судьи требуется по справедливости выносить наказание.

Каждый судья должен быть высоко нравственным и обладать глубоким знанием человеческой души, чтобы в достаточной степени индивидуализировать наказание, имея в виду, что при рассмотрении того или иного дела судья, и только судья дает толкование норм права. В особенности недо-

пустимы наказания, понижающие нравственный уровень личности.

Отрицательно сказывается на имидже суда отсутствие у населения традиции правового регулирования межличностных и институциональных споров. Последнее связано с невысокой правовой культурой населения, длительное время не востребованной, а поэтому и не сформированной на должном уровне.

Так, по данным исследования ВЦИОМ, больше половины опрошенных граждан (54%) считают для себя возможным нарушить закон, в то время как 42% заявили, что закон нельзя нарушать ни в коем случае⁶.

Укоренившийся в общественном сознании правовой нигилизм является серьезной проблемой, препятствующей построению правового общества, негативно воздействует на восприятие деятельности органов правосудия. Сам факт обращения в СМИ к проблемам репутации судебной власти как на федеральном, так и на региональном уровне свидетельствует о том, что институты этой ветви власти, ее научная общественность обладают современным пониманием значимости публичной политики для эффективного реагирования. При этом авторитет судебной власти, ее позитивный имидж дают важные импульсы к укреплению социального согласия и устойчивого развития.

В то же время и мировой, и повседневный российский опыт показывают, что там, где налицо кризис духовных и моральных ценностей, граждане оказываются один на один в борьбе против преступности.

После прогремевшей на всю страну станции Кушевской Краснодарского края, добавившей значительное количество негатива в имидж судебной власти, новости о разоблачении новых ОПГ, повязанных с правоохранительными и судебными органами, едва ли не каждый день взрывают информационное пространство.

Зачастую к криминальным разборкам присовокупляются и политические

разногласия, усугубляя ситуацию и разворачивая информационную войну, в том числе и против государственных структур.

Социальную имиджевую роль, в которой персонифицируются ожидания населения, выполняет судья. Он как бы эталонный гражданин государства, воплощающий в себе и представляющий наглядно систему сложившихся в обществе ценностей. Общество воспринимает суд как один из субъектов, принимающих участие в созидании общественной политической культуры. Именно поэтому суд должен обладать в глазах всего населения авторитетом.

Авторитет – это не только форма воплощения силы, могущества, это прежде всего преимущество, основанное на большей зрелости одного человека перед другим или же на его более высоком статусном положении.

Авторитет судьи зависит от многих составляющих, но в первую очередь – от выносимого приговора.

На имидж судебной власти оказывает влияние исполнение судебных решений.

Приговор суда значим в глазах общества не столько потому, что имеется писанный закон и он поддерживается силой исполнительной власти, сколько потому, что он выражает чаяния общества и является оценкой, маркирующей поступок от его имени. В традиционных демократических обществах суд нередко опирается не только на писанный закон, но и на неписанный. Он, трактуя Конституцию, создает прецедент, имеющий в дальнейшем значение для других судов.

Судебный прецедент обладает качеством справедливости именно по той причине, что выражает авторитетную для общества нравственную оценку поступка. Суд имеет авторитет не только и не столько потому, что «взвешивает» поступок на весах писаного закона, сколько потому, что через созданный им прецедент он является «творцом» обще-

го порядка жизни и устанавливает меру в интересах индивидов и их взаимоотношениях. противоречащих друг другу личных

Актуальность проблемы формирования имиджа судебной власти обусловлена накопившимися нерешенными задачами формирования имиджа государства в целом. Имидж государства в совокупности – это имидж всех его ветвей власти: законодательной, исполнительной, судебной; это имидж экономики и промышленности, вооруженных сил и правоохранительных органов, социальной сферы, науки, искусства, спорта.

Имиджевая привлекательность судебной власти во многом зависит от реального состояния российского общества: она связана с эффективной деятельностью самих органов суда и прокуратуры, полноценным выполнением ими своих функций. Конечно, за короткое время в России не удастся восстановить положительный имидж судебной власти и непосредственно судей и прокурорских работников. Но меры по формированию позитивного имиджа все равно нужно предпринимать. Сегодня без позитивного образа обойтись практически нельзя ни одной структуре органов власти, поэтому вопросами формирования позитивного имиджа судебной власти государство должно заниматься постоянно и целенаправленно.

Примечания

- ¹ Комаровский В.С. Имидж // Социологическая энциклопедия. В 2 томах. М., 2003. Т. 1. С. 350–351.
- ² ФЗ РФ от 1 июля 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»; ФЗ РФ от 25 декабря 2008 г. № 281-ФЗ «О средствах массовой информации» (в ред. от 9 февраля 2009 г.).
- ³ «Любой суд над высшими должностными лицами государства должен быть открытым». Беседа с председателем Национального антикоррупционного комитета К.Кабановым // МК. 2009. 9 февр.
- ⁴ Основные направления имиджевой политики Республики Саха (Якутия) // Материалы межрегиональной научно-практической конференции. Якутск, 2007. С. 275.
- ⁵ Россия: Центр и регионы. Вып. 19–21. М., 2007–2009; Наука. Культура. Общество. 2010. № 3. С. 30, 31.
- ⁶ Об уровне безопасности личности и деятельности органов внутренних дел РФ. Материалы социологических исследований 2008 г. // Наука. Культура. Общество. 2010. № 1. С. 146.