

**METODOLOGIA STUDIERII IMAGINII ORGANELOR DE POLIȚIE****Mircea MANOLI, Diana CHEIANU-ANDREI***Catedra Sociologie*

In the framework of the last events on the political stage of Republic of Moldova, the image of the police appears to be a very interesting issue for sociological research. On the one hand, the police is a law enforcement body which aims to protect and to serve citizen. On the other hand, the way the police is perceived by population acts a major role in shaping the image of all the state institutions in the eyes of Moldavian civil society. The presented article tries to identify a methodology for analyzing the factors which influence the public image of the police. Such a methodology could shape a clearer picture of the public appearance of this institution and to propose some concrete measures which would improve this image.

Evenimentele politice care au loc pe parcursul ultimului deceniu în Republica Moldova au exercitat, indiscutabil, un impact imens asupra percepției cetățenilor privind imaginea instituțiilor publice. Opinia cetățenilor este un indicator care apreciază eficiența atât a lucrului instituțiilor statale, cât și a politicilor publice implementate în acest sector.

Percepția activității poliției ca instrument de asigurare a securității publice, dar și de coerciție legală, are un rol eminent în crearea opiniei societății referitor la acțiunile statului în general. Or, datele cercetărilor sociologice de care dispunem la moment în Republica Moldova [1] atestă că organele de poliție se bucură de o încredere destul de redusă în rândul populației.

Această situație este determinată de un set de factori atât la nivel politic (lipsa unei politici coerente în domeniul marketingului imaginii poliției), cât și la nivelul fiecărui cetățean în parte (experiența personală și stereotipurile create în urma contactului cu organele de forță). De menționat că de la declararea independenței Republicii Moldova și până la momentul actual imaginea organelor de poliție nu a fost obiect al studiilor sociologice, nu a fost elaborat vreun instrument care ar permite cercetarea periodică a acestei imagini, depistarea factorilor care o condiționează și care ar permite formularea propunerilor concrete pentru îmbunătățirea acesteia.

În literatura juridică, poliția este definită ca organ armat de drept al autorităților publice, aflat în componența Ministerului Afacerilor Interne, chemat să apere, pe baza respectării stricte a legilor, viața, sănătatea, libertățile cetățenilor, interesele societății, să protejeze cetățenii de atentate criminale și de alte atacuri nelegitime [2]. Altfel spus, poliția este un organ întreținut din banii publici și menit să servească interesele publice. Statul are nevoie de un astfel de instrument care să poată exercita coerciție în numele și pentru apărarea intereselor cetățenilor de rând. Apare, însă, dilema filosofică: de la care nivel minimal este posibilă aplicarea coerciției împotriva propriilor cetățeni [3]?

Evenimentele din aprilie 2009 au diminuat considerabil imaginea organelor de poliție în rândurile cetățenilor [4]. Acest fapt motivează, actualmente, conducerea organelor de forță să întreprindă măsuri de restabilire a imaginii și de mediatizare/transparențizare a activității acestora. Or, într-un stat democratic, organele de poliție nu pot să-și exercite pe deplin atribuțiile de serviciu neavând suportul și încrederea cetățenilor statului.

Studiul în cauză își propune să prezinte unele abordări conceptual-metodologice care ar putea sta la baza cercetărilor sociologice ale imaginii organelor de poliție. Or, percepția publică a organelor de poliție este întemeiată pe factori concreți care, spre regret, nu au fost cercetați în profunzime. Studiarea plenară și imparțială a acestor factori prin metode sociologice ar putea contribui la elaborarea unor politici publice naționale de promovare a imaginii organelor de drept.

Reieșind din caracterul limitat al cercetărilor sociologice autohtone în domeniul dat, în studiul respectiv vom face referință în special la cercetările efectuate în Occident (preponderent în SUA și în Marea Britanie).

În 1998, sociologul american S.Mastofski elaborează o tipologie a imaginii organelor de poliție bazată pe 3 elemente: **a) imaginea generală a organelor de poliție**, **b) imaginea creată drept rezultat al activității poliției** și **c) imaginea creată reieșind din metodele aplicate de ofițerii de poliție în activitatea lor de zi cu zi**. Studiarea complexă a acestor trei tipuri de imagine ar trebui să prezinte o viziune mai clară privind nivelul de încredere acordat de către populație organelor de poliție și motivele unei imagini preponderent negative a poliției din Moldova.

Potrivit acestei tipologii, *imaginea generală a poliției* este una complexă, difuză și reflectă percepțiile, sentimentele și evaluările făcute de respondenți atunci când sunt întrebați despre poliție la modul general, fără să se facă referire la vreun criteriu particular. Această imagine reflectă sentimente generale ale populației față de poliție, precum: încrederea, respectul, satisfacția, susținerea etc. Beneficiul acestei abordări constă în faptul că ea indică atitudinea generală (pozitivă sau negativă) a respondenților față de poliție. Totuși, această abordare nu ne permite să aflăm ce anume le place/displace respondenților cu privire la poliție.

Organele de poliție sunt menite să realizeze anumite sarcini profesionale, precum ar fi apărarea vieții, onoarei și demnității, drepturilor și libertăților cetățenilor; descoperirea infracțiunilor; prevenirea crimelor; menținerea ordinii publice etc. Anume eficiența în realizarea atribuțiilor sale de serviciu și creează al doilea tip de imagine (*rezultatul activității poliției*).

Se presupune că ofițerii de poliție trebuie să se conducă de anumite principii morale și profesionale în activitatea lor de zi cu zi, precum ar fi legalitatea, competența, respectul, imparțialitatea, nediscriminarea, transparența, politețea etc. [5]. Aceste calități ale ofițerilor de poliție contează enorm în crearea imaginii poliției în cazul contactului direct al cetățenilor cu poliția (*metodele aplicate de ofițerii de poliție în activitatea lor de zi cu zi*).

Studierea complexă a acestor 3 tipuri de imagine permite nu numai să depistăm factorii care influențează constituirea fiecărui tip de imagine în parte, dar și să precizem flexibilitatea acestora în timp [6].

### **Imaginea generală a organelor de poliție**

Cercetarea imaginii generale a poliției este importantă din mai multe considerente. În primul rând, acest tip de imagine este un indicator al suportului cetățenilor acordat poliției. Exprimându-și opinia generală, respondentul, de fapt, prezintă rezultatul final al întregului proces de regândire a propriei experiențe în contactul cu poliția, a informației percepute din mass-media, familie, prieteni, comunitate. Cuantificarea în timp a evoluției imaginii respective este crucială în evaluarea relației cetățean – polițist. În al doilea rând, această imagine generală descrie calitatea colaborării între poliție ca organ de stat și cetățeni la nivel comunitar. Or, într-o comunitate în care poliția nu se bucură de încredere cetățenii sunt mai puțin dornici să ajute organele de poliție în activitatea acestora și mai mult dispuși spre o atitudine distanțată față de oamenii legii în general [7]. Și, în final, tot mai multe cercetări sociologice de peste hotare indică faptul că cetățenii care consideră nelegitime acțiunile poliției față de ei înșiși tind să aibă o atitudine rebelă față de poliție [8] (de exemplu, contactul cu poliția rutieră) sau chiar să recidiveze (în special, în rândul tinerilor) [9].

În cercetările sociologice naționale găsim doar un singur sondaj, efectuat pe un eșantion la nivel național, în care este menționată imaginea generală a poliției: Barometrul de Opinie Publică (BOP) coordonat de Institutul de Politici Publice din Moldova. Analizând răspunsurile respondenților la întrebarea: „Câtă încredere aveți în poliție” (BOP, mai 2010) observăm că doar 30,3% din respondenți au răspuns că au „oarecare” și „foarte multă încredere” (pentru „foarte multă încredere” au optat doar 3,1% din respondenți); totodată, 64,8% din respondenți au răspuns „Deloc” și „Nu prea am încredere”. Procentajul respondenților nemulțumiți a fost destul de stabil pe parcursul ultimilor 9 ani. Totodată, menționăm că imaginea generală a poliției este mult mai proastă decât cea a armatei (44,1%), dar mai pozitivă decât cea a justiției (22,9%). Probabil, această situație poate fi explicată prin faptul că cetățenii intră mult mai frecvent în contact cu poliția decât cu armata, iar sistemul justiției este asociat de către respondenți cu sistemul judecătoresc considerat destul de corupt în Moldova.

Cercetările sociologice în domeniu din alte state au demonstrat că, de obicei, întrebările generale prezintă o imagine mai pozitivă a poliției decât întrebările privind activitatea specifică a poliției [10]. Aceasta pentru că respondenții conștientizează caracterul necesar al predării puterii legale poliției pentru a asigura ordinea publică; totodată, ei sunt sceptici privind metodele de aplicare a acestei puteri legitime.

Un moment important în studierea problemei date ține de formularea corectă a întrebării generale, precum și a variantelor de răspuns. Studiile internaționale demonstrează că o simplă înlocuire a variantelor de răspuns (aparent neimportante) sau majorarea variantelor de răspuns poate duce la rezultate diferite. În 1981 ziarul „New York Times” (SUA) a chestionat cititorii privind încrederea lor în poliție. Variantele de răspuns erau: „foarte multă încredere”, „multă încredere”, „oarecare încredere”, „foarte puțină încredere”. Drept rezultat, 56% din respondenți au apreciat că au „foarte multă” și „multă încredere”. Peste 8 luni acest sondaj a fost repetat, însă variantele de răspuns au fost un pic schimbate: „foarte multă încredere”, „multă încredere”, „nu prea am încredere”, „nu am deloc încredere”. De data aceasta, procentajul celor care au exprimat „foarte

multă” și „multă încredere” în poliție a crescut considerabil – la 76% [11]. Această modificare aparent nesemnificativă a dus la rezultate diferite, deoarece respondenții au fost puși să aleagă între variante de răspuns mai distanțate după sens și, respectiv, au optat pentru varianta mai pozitivă.

Totodată, este importantă și semnificația opțiunii „nu știu/nu răspund”. De obicei, acesta este refugiul persoanelor care nu sunt interesate de întrebarea respectivă, care nu au o preferință clar formulată sau care au frică să-și expună poziția referitor la acest subiect. Pentru a evita situația în care o mare parte de respondenți ar răspunde la o întrebare generală prin „nu știu/nu răspund”, practica internațională recomandă ca întrebarea generală să fie urmată de o altă întrebare, ajutătoare, de tipul: „V-ați gândit mult în ultimul timp la activitatea organelor de poliție?” [12]. Această întrebare ajutătoare este foarte importantă în evidențierea nivelului de preocupare a populației privind domeniul cercetat. Totuși, este indiscutabil faptul că pentru a realiza un tablou amplu al imaginii poliției este nevoie și de întrebări specifice, care să argumenteze imaginea generală a poliției.

Există o multitudine de factori ce influențează opinia cetățenilor de rând privind imaginea poliției în general. În cadrul studiului prezent vom încerca să grupăm acești factori în trei categorii mari: a) caracteristicile personale ale interviuatului; b) experiența ultimului contact al interviuatului cu poliția; c) imaginea creată de mass-media (știri / divertisment).

#### *Caracteristicile personale ale interviuatului*

Reieșind din datele BOP (mai 2010), respondentul care are „foarte multă” și/sau „oarecare încredere” în poliție este preponderent bărbat din mediul rural, cu vârsta cuprinsă între 30-44 ani, moldovean sau român după naționalitate, cu un nivel mediu de educație și de venituri. Pe de altă parte, respondentul care „deloc nu are” și/sau „nu prea are încredere” în poliție este în majoritate femeie din mediul urban, cu vârsta cuprinsă între 18-29 ani, rusoaică după naționalitate, cu un nivel înalt de educație și venituri. Or, caracteristicile personale ale interviuaților influențează atitudinea lor față de organele de poliție.

Majoritatea cercetărilor străine invocă o dependență direct proporțională între *vârsta* interviuatului și atitudinea lui față de poliție [13]. Cu cât mai tânăr este respondentul, cu atât mai negativă este atitudinea lui față de poliție. Respectiva ipoteză este, însă, valabilă doar în cazul comparației între tineri și cei mai în vârstă, deoarece nu există discrepanțe mari în poziții dacă comparăm atitudinea *doar* între tineri [14]. Această interdependență poate fi explicată și prin faptul că, cu timpul, omul începe să conștientizeze mai amplu necesitatea existenței organelor de poliție. Pe de altă parte, tinerii sunt mai receptivi la informația pe care o primesc de la prieteni, colegi, mass-media.

La momentul actual, interdependența între *sexul* interviuatului și atitudinea acestuia față de poliție este puțin studiată. La nivel internațional nu a fost constatată careva legătură clară între sexul respondentului și atitudinea lui față de poliție [15].

Unii cercetători sunt de părere că respondenții *care locuiesc în zonele rurale* au o atitudine mai pozitivă față de poliție, deoarece cetățenii din localitățile mici cunosc mai bine ofițerii de poliție din regiune [16]. La nivel de comunități mici este mai simplu a promova o imagine pozitivă a „sheriff-ului local” și există mai multe posibilități de implicare a localnicilor în campanii de prevenire a criminalității (garda comunitară) și de colaborare mai intensă cu poliția. Totuși, pentru realitățile Republicii Moldova acest factor încă nu a fost studiat.

*Naționalitatea (etnia)* interviuatului poate juca un anumit rol în formarea atitudinii lui față de poliție, deoarece fiecare etnie este purtătoare de valori naționale distincte, care formează și o anumită atitudine față de instituțiile statului. Mai mult, cetățeanul poate privi poliția prin prisma propriei experiențe avute în statul său de origine (dacă nu este născut în Republica Moldova). Cu toate acestea, cercetarea interdependenței dintre etnie și atitudinea față de organele statului este abia la începuturi.

Cercetările străine demonstrează că *nivelul de bunăstare* al respondenților poate condiționa atitudinea lor față de poliție [17]. Cu cât mai ridicat este nivelul de bunăstare, cu atât mai pozitivă este atitudinea respondenților. Aici se poate face o paralelă cu faptul că oamenii cu venituri mai înalte au o atitudine mai pozitivă, în general, față de instituțiile statului sau contactează mai rar cu poliția. Însă, nici această ipoteză nu a fost testată în Republica Moldova.

*Nivelul de studii* al respondenților la fel este un factor care influențează atitudinea lor față de poliție. Totuși, putem presupune că cunoștințele care stau la baza formării percepției respondenților privind poliția sunt asimilate mai mult din surse mass-media, de la colegi și mai puțin din școală sau la facultate [18].

*Comunitatea* din care face parte (locuiește) interviuatul are un impact enorm asupra atitudinii acestuia. Respondenții proveniți din localități cu o rată a criminalității ridicată tind să aibă o atitudine mai negativă față de organele de poliție [19].

#### *Experiența ultimului contact al interviuatului cu poliția*

Înainte de a discuta despre impactul ultimului contact al interviuatului cu poliția asupra atitudinilor acestuia, ne vom referi și la frecvența contactului interviuatului cu organul respectiv [20]. Această întrebare este de o importanță crucială, deoarece dacă cetățeanul contactează frecvent cu poliția, atunci atitudinea lui față de acest organ de drept este bazată pe propria experiență. Iar dacă contactele cu poliția sunt relativ rare (nu mai mult de 1-2 ori pe an), atunci atitudinea interviuatului față de poliție este creată mai mult de mass-media și de discuțiile din anturajul în care acesta trăiește/activează.

Un alt moment important, în acest sens, este și faptul cu care anume reprezentant al organelor de poliție cel mai frecvent intră în contact cetățeanul de rând. Spre regret, la nivel național nu avem careva date sociologice la acest compartiment, însă ne permitem să lansăm ipoteza că în Republica Moldova un cetățean intră mai des în contact cu un reprezentant al poliției rutiere, decât cu un ofițer de urmărire penală sau cu un inspector ordinar. Totuși, pentru un cetățean de rând, o persoană în costum negru și cu epoleți este definită simplu: „polițist” și foarte rar se face diferențierea între diferite organe ale poliției. Mai mult, un simplu cetățean nu întotdeauna va face diferență între un ofițer de poliție, un ofițer al Centrului pentru Combaterea Crimelor Economice și a Corupției sau un ofițer al Serviciului de Informare și Securitate. Or, putem presupune că dacă poliția rutieră în Moldova este considerată coruptă, atunci acest fapt prejudiciază imaginea în general a organelor de poliție, dacă anume cu această structură a organelor de poliție interviuații contactează cel mai frecvent.

Totodată, a fost demonstrat că ultimul contact al interviuatului cu poliția influențează enorm asupra atitudinii acestuia față de poliție, iar experiența negativă are un impact mai mare decât cea pozitivă [21]. Mai mult ca atât, o experiență negativă cu poliția a unui cetățean poate fi extrapolată, prin comunicare, asupra celorlalți membri ai familiei sale și asupra prietenilor/colegilor. Acest aspect al imaginii a fost studiat pe larg în cercetările sociologice internaționale [22], dar nu și în Moldova.

Cercetările realizate peste hotare [23] demonstrează că un factor crucial în cazul contactelor de acest tip este politețea/atenția de care dă dovadă polițistul. Și acest fapt este valabil atât pentru contactele involuntare (opriri în traficul rutier, opriri pentru verificarea documentelor etc.), cât și pentru cele voluntare (adresările cetățenilor față de poliție pentru ajutor sau discuțiile inspectorului de sector cu localnicii privind diverse întrebări de serviciu). Desigur, mult contează și faptul dacă cetățeanul consideră acțiunile polițistului față de sine drept legale și întemeiate sau nu (cazul poliției rutiere), însă, indiscutabil, un polițist politicos și atent inspiră o mai mare încredere, iar dacă acest nivel de politețe devine o regulă, acest fapt sporește considerabil imaginea organelor de drept.

Totodată, adresându-se la poliție, cetățenii au anumite așteptări privind acțiunile poliției (de exemplu, înregistrarea imediată și investigarea rapidă a plângerii/petiției). Studiile demonstrează că dacă acțiunile poliției se adevăresc a fi sub nivelul așteptărilor, imaginea poliției ca organ competent se diminuează. Or, dacă polițistul de sector dă dovadă de o mai mare atenție decât se aștepta (este foarte amabil, dă dovadă de competență, demonstrează că orice reclamație este luată în serios, informează periodic cetățeanul despre derularea investigației etc.), imaginea poliției se îmbunătățește vădit.

Totuși, practica internațională subliniază faptul că percepția generală pe care o are interviuatul privind poliția prevalează față de cea obținută în timpul ultimului contact cu poliția [24]. Putem presupune că acest lucru se datorează caracterului redus (rar) al contactului direct între cetățeni și poliție.

#### *Imaginea creată de mass-media*

În situația în care 76,6% din populația țării consideră televiziunea drept principala sursă de informare, iar 83,6% din populație privește televizorul zilnic [25], este evident că această sursă mass-media are un impact semnificativ asupra formării imaginii organelor de ocrotire a normelor de drept. Diversitatea surselor de informare în lumea contemporană asigură conectarea la lumea mediatică a oricărui cetățean, oricând și oriunde s-ar afla.

Limitele studiului respectiv nu permit explorarea plenitudinii factorilor de influență a imaginii poliției prezente în diverse surse mass-media. Vom încerca, însă, să analizăm două componente mari ale surselor mediatice: *fluxul mediatic de știri și mass-media de divertisment*.

Înainte de a purcede la analiza acestora, vom prezenta pe scurt trei abordări teoretice care încearcă să tipizeze natura influenței mass-media asupra imaginii poliției [26].

Teoria „*acului hipodermic*” presupune că indivizii asimilează întregul flux de informații mediatice ca un drog, care produce un efect puternic și de lungă durată asupra atitudinilor cetățenilor referitor la orice obiect al vieții sociale. Teoria „*agenda setting*” presupune că autoritățile prezintă informația în așa fel încât să contureze atitudinea populației în modul dorit de autorități [27]. Teoria „*efectelor limitate*” la fel presupune că cetățenii consumă zilnic informația prezentată în mass-media, dar o asimilează prin prisma cunoștințelor deja posedate, reieșind din experiența proprie.

Zilnic urmărim la televizor sau ascultăm la radio buletine de știri în care este prezentată și cronică criminală. Totodată, prezența organelor de poliție în buletinele de știri poate avea un efect dublu: pe de o parte, mediatizarea pe larg a activității poliției poate avea efect pozitiv asupra poliției, consolidându-i imaginea de organ de opresiune a criminalității și de străjer al securității civile; pe de altă parte, prezentarea zilnică a cronicii criminale poate crea impresia că în țară este un nivel destul de înalt de criminalitate și, respectiv, poliția, ca organ de ocrotire a normelor de drept, nu este în stare să facă față situației.

Sunt frecvente și cazurile când însăși poliția este subiectul unei știri. Acest lucru este important pentru a face transparentă activitatea poliției și anume aceste știri și influențează imaginea poliției. În acest caz, putem vorbi de știri cu caracter „pozitiv” – cele care descriu reformele pozitive în cadrul organelor de drept, calitatea înaltă a activităților realizate sau îmbunătățirea măsurilor de control asupra activității organelor de drept, și știri cu caracter „negativ” – care descriu infracțiunile săvârșite de către colaboratorii acestor instituții (acte de corupție, depășirea atribuțiilor de serviciu, abuzul de forță etc.).

Presa scrisă la fel își are aportul în conturarea imaginii poliției. Analizând mai aprofundat conținutul articolelor publicate în presa autohtonă [28], observăm că imaginea organelor de drept în presa scrisă din Moldova este într-o strânsă legătură cu procesele politice care au loc în stat. Or, Republica Moldova este pasibilă de aceleași vicii ca și orice altă republică ex-sovietică, încă în proces de tranziție spre o democrație veritabilă: nivelul înalt de corupție, lipsa transparenței instituțiilor publice, partizanatul politic al surselor mass-media etc.

Evenimentele din aprilie 2009 au fost mediatizate pe larg de media autohtonă, iar imaginile tinerilor agreșați în comisariatele de poliție din Chișinău erau prezente practic în toate buletinele de știri [29]. Aceste știri au schimbat mult imaginea organelor de poliție, care nici până atunci nu se bucurau de o prea mare încredere. Mai mult ca atât, această pierdere a imaginii a impus conducerea statului să efectueze reforme majore în activitatea organelor de drept. Cu toate acestea, Ministerul Afacerilor Interne nici până în prezent nu dispune de o strategie eficientă de promovare a imaginii pozitive a propriilor subalterni.

O altă parte a monedei este că, uneori, știrile sunt prezentate destul de subiectiv și nu se oferă publicului posibilitatea să decidă care este caracterul evenimentului petrecut. (De exemplu: știrea din 27 aprilie 2010 despre o doamnă reporter de la un canal TV public autohton care a fost „agresată” de către polițistul de serviciu de la Curtea Supremă de Justiție [30]. Imaginile video demonstau că doamna reporter era cea care încerca să inițieze un conflict, iar polițistul s-a dovedit a fi extrem de politicoș și calm. Însă, conținutul textual al știrii prezenta polițistul ca fiind foarte obraznic și brutal. La doar câteva ore după postare, această știre a fost retrasă de pe majoritatea site-urilor informative din Moldova. Acest caz rămâne drept un exemplu emblematic de jurnalism tendențios care poate prejudicia enorm și neîntemeiat imaginea poliției).

În calitate de media de divertisment putem considera orice produs media scris sau video care ține de ficțiune sau de divertisment în mod explicit (filme artistice de lung metraj, emisiuni televizate, literatură artistică, jocuri video etc.). Nu am identificat cercetări științifice care să stabilească o legătură directă între divertisment și imaginea poliției, însă concluzia generală este că media de divertisment provoacă adesea o frică sporită față de crimă și un anumit nivel de repulsie față de poliție [31].

Pentru a ridica rating-ul produsului, media deseori recurge la o prezentare destul de eronată și distorsionată a activității organelor de poliție, produsele mediatice care prezintă violența fiind cele mai atractive [32]. Chiar dacă în Moldova media de divertisment este doar la începutul dezvoltării sale, datorită globalizării informaționale, cetățenii de rând consumă zilnic produsele media oferite de canalele televizate străine, iar influența acestor produse media asupra populației poate fi de un nivel diferit (în dependență de vârstă, sex, frecvența contactului cu poliția etc.).

Adepii teoriei „*agenda setting*” consideră că statul adesea recurge la mass-media de divertisment pentru a promova o anumită idee în rândurile cetățenilor. Spre exemplu, putem lansa ipoteza că pentru a stimula

dorința tinerilor de a îndeplini serviciul militar, în ajunul perioadelor de înrolare, statul ar putea lansa filme artistice de lung metraj sau telenovele care glorifică vitejia și noblețea soldaților. Această ipoteză pare să fie valabilă pentru Federația Rusă, unde în ultimii ani au apărut o multitudine de produse mediatică de acest tip, sau pentru SUA, unde serviciul militar nu este obligatoriu, dar în perioadele de înrolare majoritatea canalelor TV lansează adevărate spoturi pentru promovarea atractivității armatei.

Această posibilitate nu a fost încă valorificată în Moldova, anume din motivul că organele de forță nu au o strategie de marketing care să promoveze imaginea dorită.

O altă ipoteză ar fi că, odată cu deschiderea spre media internațională, începând cu anii '90 ai secolului al XX-lea, pe piața mediatică a Republicii Moldova au apărut bunuri care prezentau activitățile criminale într-o lumină mult mai pozitivă decât organele de poliție. Este suficient să ne amintim de lungmetrajele „Бригада”, „Брат 1”, „Брат 2”, de imaginea polițistului „Garcea” sau de un întreg stil în muzică dedicat în exclusivitate vieții criminalilor „блатная музыка”. Desigur, nu putem exagera influența acestor bunuri media asupra atitudinii populației față de poliție și criminalitate, dar nici nu putem neglija existența unei astfel de influențe.

Presupoziția generală este că media de divertisment care prezintă distorsionat activitatea organelor de drept influențează negativ asupra imaginii poliției. Însă, pentru studiul nostru este mai important efectul invers al acestei interdependențe: dacă statul ar finanța producția unor bunuri mediatică care ar prezenta poliția ca un organ nobil și atractiv, imaginea generală a poliției ar crește?

### **Imaginea creată drept rezultat al activității poliției**

Este evident faptul că, într-o oarecare măsură, cetățenii își construiesc atitudinea față de poliție și prin prisma nivelului de infracționalitate prezent în țară, în general, și în localitatea în care locuiesc, în particular. Or, poliția este considerată responsabilă pentru combaterea infracționalității și asigurarea securității publice [33]. Nivelul de infracționalitate pentru populație este un indicator direct al eficienței și profesionalismului poliției în îndeplinirea atribuțiilor sale directe. Pe de altă parte, conduita profesională a polițistului are și ea un impact considerabil asupra imaginii pe care o reprezintă în general.

Metodele tradiționale de cuantificare a eficienței poliției sunt datele statistice privind rata criminalității raportată la numărul de locuitori, tipul infracțiunilor, numărul de dosare intentate, numărul de dosare transmise în judecată etc., date care pot fi liber accesate pe site-ul oficial al MAI. Or, pentru respondenți contează mai puțin aceste date statistice, importantă fiind propria lor percepție față de securitatea publică a cetățenilor în stat.

Dincolo de sarcina de bază de contracarare a criminalității, poliția este privită și ca un organ de ocrotire a populației, de suport în cazuri de necesitate și de prevenire a actelor criminale împotriva cetățenilor. Faptul pe cât de sigur se simt cetățenii în propriile lor case influențează enorm asupra imaginii poliției.

Este regretabil faptul că până la momentul actual în Moldova nu au fost realizate sondaje sociologice care ar prezenta acest aspect al percepției publice. Totuși, datele ultimului BOP (mai 2010) denotă că doar 2,3% din populație este îngrijorată de nivelul de infracționalitate în țară și doar 6,4% din populație consideră că combaterea criminalității este importantă. Acest fapt poate fi tratat în două modalități: populația nu acordă o prea mare importanță combaterii criminalității sau combaterea criminalității nu este atât de importantă precum alte probleme sociale (respondenții au fost puși să aleagă dintr-un șir de 11 probleme sociale care anume problemă îi frământă în primul rând).

Pentru a prezenta mai real eficiența organelor de poliție în viziunea cetățenilor, este nevoie a cerceta: a) pe cât de protejați de criminalitate se consideră cetățenii, b) pe cât de profesionistă este considerată poliția în investigarea crimelor și c) pe cât de eficientă este poliția în prevenirea criminalității. Aceste trei domenii pot fi cercetate atât la nivel local, cât și la nivel național. O astfel de abordare ar putea indica la care anume aspecte ar trebui să atragă atenția conducerea MAI.

Cercetările contemporane demonstrează că simpla prezentare a datelor statistice privind nivelul de infracționalitate nu poate descrie întreaga contribuție pe care o aduc organele de poliție la îmbunătățirea nivelului de viață în localități [34]. Or, pe lângă atribuțiile de bază, poliția, de rând cu autoritățile publice locale, ar trebui să activeze împreună cu cetățenii pentru a atinge eficiența dorită în asigurarea ordinii publice. Mai mult, implicarea cetățenilor în diferite activități de prevenire a infracționalității la nivel local ar putea îmbunătăți imaginea poliției prin „aducerea” acesteia „mai aproape de oameni”. Aceste activități mai pot fi numite și „profilaxie locală” întru prevenirea factorilor criminogeni.

Din realitățile existente la moment putem deduce ipoteza precum că polițiștii, în special cei de sector, contactează cu localnicii doar în cazul depistării sau investigării unei infracțiuni. De aici și imaginea poliției mai mult ca organ coercitiv decât de protecție. Pentru a argumenta această ipoteză, ar fi suficient să întrebăm respondenții cât de frecvent contactează cu inspectorul de sector sau dacă îi cunosc numele.

Organele de poliție ar fi privite mult mai pozitiv dacă poliția locală (de sector) ar veni mai frecvent cu un mesaj prietenos față de cetățeni, promovând un mod securizat de viață. Printre acțiunile prietenoase ar putea fi întrunirile cu copii de vârste diferite pentru a discuta despre factorii criminogeni, adunările cu colectivele de muncă pentru a prezenta diverse rezultate ale activității poliției. În alți termeni, frecvența acestor contacte ar îmbunătăți imaginea poliției.

Cazul întrunirilor cu copii de vârstă școlară și preșcolară este deosebit de oportun, deoarece aceasta ar putea contribui la crearea unei imagini corecte a polițistului în ochii copiilor și la eradicarea fricii neîntemeiate față de poliție.

Aceste practici sunt pe larg aplicate în Occident și demonstrează că imaginea polițistului începe anume de la aceste contacte directe [35]. Astfel, poliția se poate bucura de susținerea localnicilor în activitatea sa de zi cu zi și să contribuie la reducerea stereotipurilor existente față de ea. Or, imaginea „polițistului” trebuie să devină pentru copii și adolescenți un simbol ce întruchiează noblețea, corectitudinea, amabilitatea. Însă, pentru aceasta este nevoie de o revizuire mai profundă a metodelor de lucru ale poliției.

#### **Imaginea creată reieșind din metodele aplicate de ofițerii de poliție în activitatea lor de zi cu zi**

În Codul de etică și deontologie al polițistului [36] sunt enumerate următoarele principii pe care trebuie să se bazeze conduita polițistului:

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 1. <i>legalitatea,</i>                                    | 7. <i>profesionalismul,</i>           |
| 2. <i>egalitatea, imparțialitatea și nediscriminarea,</i> | 8. <i>confidențialitatea,</i>         |
| 3. <i>transparența,</i>                                   | 9. <i>respectul,</i>                  |
| 4. <i>capacitatea și datoria de exprimare,</i>            | 10. <i>integritatea morală,</i>       |
| 5. <i>disponibilitatea,</i>                               | 11. <i>independența operațională,</i> |
| 6. <i>prioritatea interesului public,</i>                 | 12. <i>loialitatea.</i>               |

Statul, dar și cetățeanul de rând, așteaptă de la polițist să respecte legislația în vigoare, să aplice tratamente egale tuturor persoanelor, să manifeste o deschidere reală față de cetățeni și să fie disponibil să intervină în orice situație în care ia cunoștință de încălcarea legii.

Polițistul trebuie să acorde prioritate realizării serviciului în folosul comunității, să-și exercite atribuțiile de serviciu corect, responsabil și independent. Nu în ultimul rând, polițistul trebuie să fie atașat de instituția pe care o reprezintă și de valorile promovate de aceasta, să dea dovadă de o considerație profundă acordată cetățenilor, colegilor, valorilor sociale și normelor etice. De asemenea, polițistul trebuie să apere cetățenii indiferent de situația lor socială, patrimonială, de apartenența națională, de rasă, de sex și vârstă, de studii și limbă, de atitudinea față de religie, de convingerile politice și de altă natură.

Studiul dat atrage atenția asupra necesității cercetării atitudinii cetățenilor din Republica Moldova față de principiile prenotate. Cu alte cuvinte, dacă societatea ar acorda poliției câte o „notă” pentru respectarea fiecărui principiu în parte, acest lucru ar putea dirija conducerea organelor de poliție spre anume acele aspecte ale calității lucrului care necesită cea mai mare îmbunătățire.

În cazul unui contact (voluntar sau involuntar) cu poliția, fiecare cetățean are anumite așteptări morale față de acțiunile polițistului în situația respectivă (atenția cu care este ascultat, manierele polițistului, compasiunea demonstrată de acesta etc.). Cu cât mai aproape sunt acțiunile polițistului de așteptările cetățeanului cu atât mai mulțumit este cetățeanul de modul în care a fost deservit.

Reieșind din analiza cercetărilor internaționale, putem presupune că cel mai mare impact asupra atitudinii cetățenilor față de poliție o au opririle în traficul rutier, verificarea de rutină a actelor de identitate și aplicarea de către poliție a forței în cadrul exercitării atribuțiilor de serviciu [37]. Indiscutabil, acestea sunt niște experiențe destul de neplăcute pentru cetățeni, deoarece orice individ se consideră a priori nevinovat (chiar și dacă a comis o contravenție) și, respectiv, orice acțiune a poliției este considerată neavenită. Anume aplicarea corectă de către polițist a principiilor de conduită menționate mai sus pot face această experiență cât mai puțin stresantă și mai profesională.

Deseori, în relația cetățean – polițist sunt valabile regulile serviciilor de consum prezente în viața cotidiană a societății. Or, cetățeanul este consumatorul final al serviciilor prestate de poliție. Cu cât mai calitativ sunt prestate serviciile, cu atât mai satisfăcut este consumatorul final.

Reieșind din argumentele expuse mai sus, constatăm că imaginea organelor de poliție este una complexă, care este bazată pe un șir de factori determinanți. Un studiu complex al imaginii poliției ar trebui să combine mai multe metode de cercetare și să atragă atenția la următoarele momente:

a) Importanța formulării corecte a întrebărilor generale despre atitudinea populației față de organele de poliție (**A**), precum și a variantelor de răspuns. În acest sens, trebuie să ținem cont de următoarele:

- cu cât mai generală este întrebarea, cu atât mai pozitiv este răspunsul;
- o mică schimbare în formularea întrebării generale sau în variantele de răspuns poate duce la rezultate diferite;
- întrebarea generală ar trebui să fie urmată de o întrebare de concretizare de tipul: „V-ați gândit mult în ultimul timp la activitatea organelor de poliție?”
- este utilă analiza evoluției atitudinii populației față de organele de poliție (**A**) exprimată în % pe parcursul mai multor ani.

b) Cercetarea sociologică ar trebui să studieze interdependența dintre caracteristicile personale ale respondenților din Moldova (vârstă, sex, mediu de reședință, nivel de studii, etnie etc.) și atitudinea lor față de poliție.

c) Experiența personală a cetățenilor în contact cu poliția (**E**) are impact semnificativ asupra atitudinii acestora. În acest sens, este necesar a cerceta:

- frecvența contactului cetățeanului cu poliția;
- raportul dintre contactele voluntare și cele involuntare;
- raportul contactelor cu caracter pozitiv față de cel cu caracter negativ ( $E_1\%$ );
- cu care anume reprezentant al poliției contactează cel mai frecvent cetățenii;
- dacă cunosc sau nu respondenții personal polițistul de sector care îi deservește;
- nivelul de satisfacție a cetățeanului în urma ultimului contact cu poliția ( $E_2\%$ ).

Pentru a primi răspunsuri cât mai apropiate de adevăr, este importantă formularea corectă a întrebărilor.

Respectiv,  $E = (E_1\% + E_2\%) / 2$

d) Majoritatea cetățenilor consideră mass-media, în special TV, drept principala sursă de informare. Pentru studierea imaginii poliției create de mass-media (**M**), este important:

- a cerceta cota-parte a știrilor (**S**) cu caracter pozitiv despre poliție din volumul total de știri în care poliția figurează ca subiect, utilizând buletinele de știri de la primele 3 canale TV ( $T_1\%$ ,  $T_2\%$  și  $T_3\%$ ) după nivelul de rating (două canale cu difuzare în limba de stat și unul în limba rusă). Termen de cercetare: cel puțin 6 luni;
- aceeași cotă-parte **P** trebuie calculată față de două posturi de radio ( $P_1\%$  și  $P_2\%$ ) cu cel mai înalt rating și care difuzează unul în limba de stat și unul în limba rusă. Termen de cercetare: cel puțin 6 luni;
- a calcula cota-parte a produselor de divertisment (**D**) cu caracter pozitiv despre poliție din volumul total de produse de divertisment, în care poliția figurează ca subiect, utilizând grila de emisie a primelor 3 canale TV ( $D_1\%$ ,  $D_2\%$  și  $D_3\%$ ) după nivelul de rating (două canale cu difuzare în limba de stat și unul în limba rusă). Termen de cercetare: cel puțin 6 luni.

Respectiv,  $M = \{[(S + R) / 2] + D\} / 2$ , unde:

$S = (T_1\% + T_2\% + T_3\%) / 3$ ;  $P = (P_1\% + P_2\%) / 2$ ;  $D = (D_1\%, D_2\% \text{ și } D_3\%) / 3$

e) Nivelul de criminalitate în țară (**R**) are și el o importanță majoră în consolidarea imaginii pozitive a poliției. În acest sens, este important a cerceta evoluția nivelului de infraționalitate ( $N_x$ ) raportat la 10000 locuitori, creșterea căruia este invers proporțională creșterii imaginii poliției. Adăugător, este important a cerceta opinia cetățenilor privind:

- protecția față de criminalitate ( $P_1\%$ );
- profesionalismul polițistilor în cercetarea infracțiunilor ( $P_2\%$ );
- eficiența poliției în prevenirea criminalității ( $P_3\%$ ).

Respectiv,  $R = (P_1\% + P_2\% + P_3\%) - (N_x / 10000 \cdot 100\%)$

f) Comportamentul polițistilor, conduita lor profesională în contact cu cetățenii (**C**) este crucială în crearea unei impresii pozitive. Este necesar a cerceta opinia cetățenilor referitor la faptul cum sunt respectate toate



cele 12 principii de conduită obligatorii pentru polițiști, expuse mai sus. Această atitudine poate fi calculată în felul următor:

$$C = (C_1\% + C_2\% + C_n\% + \dots + C_{12}\%) / 12$$

Reieșind din cele expuse *supra*, imaginea generală a poliției (**I**) este suma medie dintre: atitudinea generală a cetățenilor față de poliție (**A**); experiența personală în contact cu poliția (**E**); imaginea creată poliției de către mass-media (**M**); conduita profesională a polițistului în contact cu cetățenii (**C**) și nivelul de infracționalitate în țară (**R**).

$$I = (A + E + M + C + R) / 5, \text{ unde:}$$

**A** este % răspunsurilor pozitive privind imaginea generală a poliției;

$$E = (E_1\% + E_2\%) / 2;$$

$$M = \{[(S + P) / 2] + D\} / 2;$$

$$C = (C_1\% + C_2\% + C_n\% + \dots + C_{12}\%) / 12$$

$$R = (P_1\% + P_2\% + P_3\%) - (N_x / 10000 \cdot 100\%).$$

Metodologia prezentată ar putea sta la baza elaborării unui instrument eficient și exact de cuantificare a imaginii organelor de poliție în rândurile cetățenilor Republicii Moldova. Ea ar putea ghida factorii de decizie din administrația organelor de drept spre o reformare mai eficientă a instituțiilor sale.

#### Referințe:

1. Datele Barometrului de Opinie Publică (BOP), anii 2001-2010.
2. Legea cu privire la poliție, nr.416 din 18.12.1990, art.1.
3. Gallagher C. The Public Image of the Police. Final Report to The International Association of Chiefs of Police, George Mason University, 2001, p.12.
4. Manoli M., Cheianu-Andrei D. Imaginea structurilor de forță în presa scrisă din Republica Moldova. – În: Dezvoltarea cercetării științifice, promovarea și cultivarea creativității și a inovării în procesul instruirii academice. - Chișinău, 2010, p.169-170.
5. Stipulate ca fiind obligatorii prin Hotărârea de Guvern nr.481 din 10.05.2006 cu privire la aprobarea Codului de etică și deontologie al polițistului.
6. Gallagher C. The Public Image of the Police, 2001, p.11.
7. Ibidem.
8. Paternoster R., Bachman R., Brame R., and Sherman, L. Do Fair Procedures Matter? The Effect of Procedural Justice on Spouse Assault. Law and Society Review 1997, no.31, p.163-204.
9. LaFree G. Losing Legitimacy: Street Crime and the Decline of Institutions in America. Boulder, 1998, p.64.
10. Reiss A. Public Perceptions and Recollections about Crime, Law Enforcement, and Criminal Justice, 1967, p.36. – În: Studies in Crime and Law Enforcement in Major Metropolitan Areas. Vol.1. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1967.
11. Gallagher C. The Public Image of the Police, p.17.
12. Pastore A.L. and Maguire K. Sourcebook of Criminal Justice Statistics, 1999. [Online]. <http://www.albany.edu/sourcebook/>.
13. Jesilow P., Meyer J. and Namazzi N. Public Attitudes toward the Police // American Journal of Police, 1995, no.14, p.67-88.
14. Hurst Yolander G. and James Frank. How Kids View Cops: The Nature of Juvenile Attitudes Toward the Police // Journal of Criminal Justice, 2000, no.28, p.189-202.
15. Gallagher C. The Public Image of the Police, p.19.
16. Hindelang M.J. Public Opinion Regarding Crime, Criminal Justice, and Related Topics // Journal of Research in Crime and Delinquency, 1974, no.11, p.101-116.
17. Benson P. Political Alienation and Public Satisfaction with Police Service // Pacific Sociological Review, 1981, no.24, p.45-64.
18. Gallagher Catherine. The Public Image of the Police: Final Report to The International Association of Chiefs of Police, George Mason University, 2001, p.20.
19. Sampson R.J. and D.J. Bartusch. Attitudes toward Crime, Police and the Law: Individual and Neighborhood Differences. - Washington, DC: National Institute of Justice, 1999, p.89-91.
20. Dean Deby. Citizen Ratings of the Police: The Difference Contact Makes. Law and Policy Quarterly, 1980, p.45-71.
21. Reissig Michael D. and Meghan Stroshine Chandek. The Effects of Expectancy Disconfirmation on Outcome Satisfaction in Police-Citizen Encounters // Policing: An International Journal of Police Strategies and Management, 2001, no.24, p.88-99.

22. Roberts J.V. and L.J. Stalans. Public Opinion, Crime, and Criminal Justice. - Boulder, CO: Westview Press, 1997, p.38-42.
23. Reisig Michael D. and Meghan Stroshine Chandek. The Effects of Expectancy Disconfirmation on Outcome Satisfaction in Police-Citizen Encounters, 2001, p.28-31.
24. Brandl S.G., Frank J., Worden R.E. and Bynum T.S. Global and Specific Attitudes toward the Police: Disentangling the Relationship // Justice Quarterly, 1994 no.11, p.119-134.
25. BOP, mai 2010.
26. Fox Richard L. and Robert W. Van Sickel. Tabloid Justice: Criminal Justice in an Age of Media Frenzy. - Boulder, CO: Lynne Rienner Publishers, 2001, p.6-8.
27. Kosicki G.M. Problems and Opportunities in Agenda-Setting Research // Journal of Communication, 1993, vol.43, no.2, p.100-127.
28. Manoli M., Cheianu-Andrei D. Imaginea structurilor de forță în presa scrisă din Republica Moldova. – În: Dezvoltarea cercetării științifice, promovarea și cultivarea creativității și a inovării în procesul instruirii academice. - Chișinău, 2010. p.169-170.
29. Ibidem.
30. <http://hotnews.md/articles/view.hot?id=2402>
31. Surette, Ray. Media, Crime, and Criminal Justice: Images and Realities, 2nd ed. - Belmont, CA: West/Wadsworth, 1998, p.212.
32. Ibidem, p.40-43.
33. Bayley, David H. Police for the Future. - New York: Oxford University Press, 1994, p.97-98.
34. Alpert Geoffrey P. and Mark H. Moore. Measuring Police Performance in the New Paradigm of Policing, p.109-140. In Performance Measures for the Criminal Justice System, edited by the Bureau of Justice Statistics. - Washington, D.C.: U.S. Department of Justice, 1993.
35. Cao, Liqun, James Frank, and Francis T. Cullen. Race, Community Context, and Confidence in the Police // American Journal of Police, 1996, no.15(1), p.3-22.
36. Aprobat prin Hotărârea de Guvern nr.481 din 10.05.2006.
37. Mastrofski, Stephen D. Community Policing as Reform: A Cautionary Tale. - In: Jack R. Greene and Stephen D. Mastrofski, eds. Community Policing: Rhetoric or Reality. - New York: Praeger, 1988, p.47-67.

*Prezentat la 05.04.2011*