

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО МЕДИЙНОГО ОБРАЗА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГАВРИЛИН Сергей Александрович, кандидат социологических наук, заместитель начальника кафедры социально-философских дисциплин Орловского юридического института МВД России имени В.В. Лукьянова, адрес: 302027, Россия, г. Орел, ул. Игнатова, д. 2, e-mail: gavrilinsa@mail.ru

Аннотация. Цель – на основе анализа результатов всероссийских эмпирических социологических исследований, представленных в работе, выявить особенности складывающегося медийного образа сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации. В статье анализируется имидж сотрудников полиции, транслируемый средствами массовой информации. Анализ основывается на понимании многофакторности формирования образа полиции.

Обосновывается, что оценка объективности освещения работы полиции средствами массовой информации формирует отношение населения к деятельности полиции. Обосновывается, что оценка объективности освещения работы полиции средствами массовой информации формирует отношение населения к их деятельности.

Среди факторов, влияющих на формирование положительного медийного образа сотрудников ОВД следует выделить: личностные, профессиональные и нравственных качества.

Делается вывод, что высокий уровень нравственности и профессионализма сотрудников полиции в совокупности с объективным освещением их деятельности в СМИ способствуют повышению престижа ОВД, а также росту доверия населения к сотрудникам данной организации.

Ключевые слова: имидж, медийный образ, органы внутренних дел, средства массовой информации, массовое сознание, стереотип.

FORMATION OF A POSITIVE MEDIA IMAGE OF EMPLOYEES OF THE INTERNAL AFFAIRS BODIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

GAVRILIN S. A., Candidate of Sociological Sciences, Deputy Head of the Department of Social and Philosophical Disciplines, Orel Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov (Russian Federation, Orel), e-mail: gavrilinsa@mail.ru

Abstract. The aim is to identify the features of the emerging media image of employees of the internal affairs bodies of the Russian Federation on the basis of sociological analysis, the results of All-Russian empirical sociological studies presented in the work. The article analyzes the image of police officers broadcast by the mass media. The analysis is based on an understanding of the multifactorial nature of the formation of the image of the police. It is proved that the assessment of the objectivity of the coverage of the work of the police by the mass media forms the attitude of the population to the activities of the police. It is proved that the assessment of the objectivity of the coverage of the work of the police by the mass media forms the attitude of the population to their activities

Among the factors influencing the formation of a positive media image of police officers should be identified: personal, professional and moral qualities. It is concluded that the high level of morality and professionalism of police officers, together with objective coverage of their activities in the media, contribute to increasing the prestige of the Department of Internal Affairs, as well as increasing public confidence in the employees of this organization.

Keywords: image, media image, internal affairs bodies, mass media, mass consciousness, stereotype.

ВВЕДЕНИЕ

Органы внутренних дел, а в особенности, их деятельность, находятся под пристальным вниманием широкой общественности, так как они выступают неотъемлемым институтом социального характера. Специфика такого социального института, как ОВД, характеризуется ведущими задачами, которые выражаются в обеспечении безопасности населения от преступных посягательств.

Сами полицейские часто стремятся выйти на новый уровень взаимодействия с гражданами с целью улучшения имиджа, сложившегося за определенный период

времени и сформированного непосредственно в результате взаимодействия с населением и правоохранительными органами и в результате непосредственного внимания СМИ на общественное сознание. Поэтому именно медийный образ сотрудника ОВД определяет восприятие данной организации и влияет на общественное мнение. Целью органов полиции является стремление получить максимальное доверие граждан, следовательно, одним из основополагающих факторов выступает имидж полиции в положительном ракурсе [6, с.74].

Высокая социальная значимость органов внутренних дел обуславливает необходимость формирования позитивного имиджа как системы в целом, так и каждого сотрудника в частности.

В данной статье анализируется не образ полиции в абстрактном понимании, а всего лишь медийный аспект, посредством которого происходит становление имиджа полиции в СМИ. **Целью** работы является на основе социологического анализа, результатов всероссийских эмпирических исследований выявить особенности складывающегося медийного образа сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации.

Степень научной разработанности темы работы.

Большое количество работ, связанных с изучением имиджа, обуславливается развитием науки имиджологии. Начиная с 90-х годов XX века в поле научных интересов ученых попадают факторы, оказывающие влияние на формирование имиджа политической элиты. Так, в работах И.А. Базавова, О.П. Березкина, В.А. Жебит, Е.И. Манякина, О.В. Мякотина, Г.Г. Почепцова, Р.Ф. Фурс отражены особенности формирования имиджа личности, профессии, институтов.

Механизмы формирования имиджа государственной службы в целом и государственных деятелей в частности отражают в научных трудах С.Е. Ананьева, С.В. Батайкина, Ю.В. Кирюхина, Е.А. Орлова, Л.И. Пирогова, В.В. Шуваева.

Социальные аспекты взаимодействия органов охраны правопорядка с институтами государственной власти и гражданского общества раскрываются в научных работах А.А. Алексеенок, В.Л. Бурмистровой, Н.Н. Климана, Ю.К. Коротаевой, В.Г.Кутушевой; с населением, обращающимся за помощью в данные структуры – в трудах Н.М. Бугорокова, Г.Н. Горшенкова, С.М. Забелова, Б.О. Любимова, Р.С. Мулукаева, Д.В. Сочнева, В.Т. Томина; со средствами массовой информации – в работах А.А. Коробейникова, Н.И. Кулагина, Ю.В. Наумкина, а Ф.К. Рябыкина, А.И Шинкарева.

Особое место в анализе темы исследования занимают работы, раскрывающие механизмы влияния личностных характеристик представителей ОВД на их имидж. В данной связи необходимо отметить таких научных деятелей как И.Ю. Глинская, Р.К. Кулаковский, М.А. Лобанов, С.Ю. Миронченко, С.И. Окс и др.

Таким образом, тема настоящей работы имеет высокую степень актуальности и основана на достаточно широкой разработанности.

Методологическую основу работы составляют методы теоретического исследования: междисциплинарный анализ и синтез социологической литературы, вторичный анализ прикладных эмпирических социологических исследований, посвященных данной проблематике.

1. Особенности формирования имиджа сотрудников ОВД

Понятие имидж (в переводе с англ.) обозначает изображение, образ. В большом толковом социологическом словаре дается несколько определений понятию. Общее определение имиджа звучит следующим образом. Под категорией «имидж» понимается сознательно создаваемый внешний образ предназначенный для формирования положительных эмоций и позитивного восприятия. Данное определение описывает конкретную личность, однако, применимо и для характеристики в отношении группы, профессии, организации и т.п.

Имидж представляет собой эмоционально и рационально сложившийся образ объекта, формирующийся в массовом создании или сознании отдельного индивида. Отсюда вытекает более общее определение понятия имиджа – как совокупности представлений, стереотипов и отношений, сложившихся в общественном мнении.

Консультант по деловым коммуникациям Э.Сэмпсон предлагает рассматривать имидж с разных позиций и выделять три вида имиджа: самоимидж (имидж, воспринимаемый индивидом на основе собственных самоидентификационных оценок), имидж воспринимаемый окружающими (то как Вас оценивают и воспринимают другие) и требуемый имидж (те ожидания которые предъявляет к вам Ваше окружение) [8, с.46]. В рамках изучения имиджа сотрудников ОВД, необходимо более подробно рассмотреть понятие требуемого имиджа, который отражает стандарты, предъявляемые к имиджу внешней средой, ситуацией, окружением и социальной ролью сотрудников ОВД. Из этого следует, что сама профессия диктует необходимость соблюдения определенного имиджа.

Социологи структурно-функциональной научной выделяют следующие типологии имиджа: имидж, который отражает представление человека о самом себе или представления, например, об организации у группы людей, входящих в данную организацию – зеркальный; имидж, который присущ человеку или организации по мнению сторонних наблюдателей в данный момент времени – текущий; имидж, к которому стремится человек или организация – идеальный или желаемый. Внутри организации может быть общий имидж, к которому стремится вся структура, тогда это корпоративный имидж. В случае, если организация представляет собой ряд независимых структур, то они могут иметь множественный различный имидж.

Социальная сущность понятия имиджа заключается в следующем:

- 1) имидж формируется как целенаправленно, так и под воздействием в какой-то степени случайных факторов;
- 2) объектом воздействия является человек, социальная группа и т.п.;

3) основной целью воздействия является формирование определённого мнения у широких групп людей.

Формирование медийного образа сотрудников полиции становится элементом социального конструирования реальности, которым занимаются журналисты, маркетологи. При этом создание медийного образа перестает быть стихийным процессом, данный процесс технологизируется – вырабатываются стандартные методы (алгоритмы) конкретных действий, которые называют социальными технологиями.

Таким образом, формирование имиджа – это сложный процесс, который происходит постоянно, и на который влияет множество факторов (рис. 1).

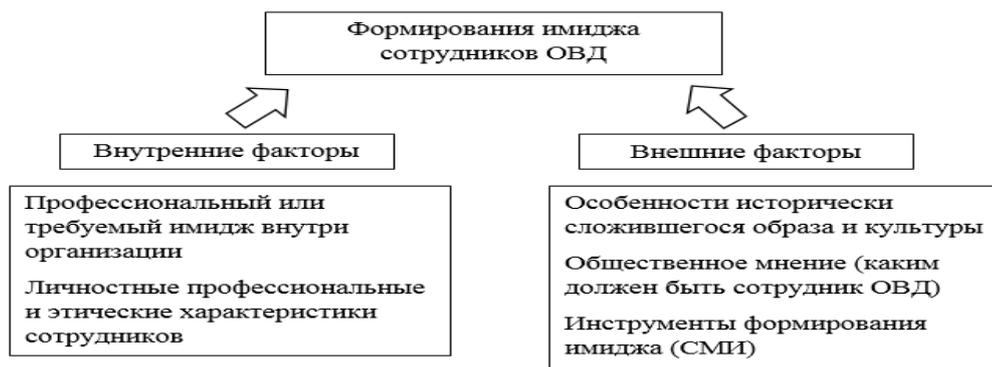


Рисунок 1 – Схема формирования имиджа сотрудников ОВД
Figure 1 – Scheme of the formation of the image of police officers

Формирование имиджа сотрудников полиции происходит под воздействием как внутренних (или организационных, профессиональных) факторов, так и внешних, включающих особенности историко-культурного наследия, общественного мнения об образе профессии и занятых в ней, а также используемых инструментов формирования имиджа, среди которых СМИ является наиболее востребованным и эффективным.

2. Средства массовой информации как один из основных источников формирования имиджа сотрудников ОВД

В современных реалиях, общество является в своем роде информационным, соответственно, полиция находится под пристальным надзором граждан посредством средств массовой информации. Средства массовой информации на сегодняшний день занимают позицию «четвертой власти», которые имеют в своей содержательной части колоссальные ресурсы в оказании влияния на граждан. Стоит отметить, что СМИ оказывает не только информирующую функцию, но и формирует общественное мнение, утверждая в нем определенные приоритеты и стереотипы.

СМИ – это ведущий источник формирования мнения о деятельности ОВД, согласно данным социологических исследований для 60 % граждан [7, с.112].

Необходимо обратить внимание на тот факт, что зачастую журналисты нацелены сообщать сенсационные факты о деятельности ОВД в негативных аспектах, которые перманентно подрывают имидж полиции.

С другой стороны, имидж является упрощенным образом реального объекта (человека, организации). Структура органов внутренних дел сложна, а функции многочисленны и разнообразны. Имидж любого объекта определяет специфичность, должен отражать потребности целевой группы населения, тем самым наделяет этот объект дополнительными социальными качествами – возможность оказывать воздействия на сознание, формировать определенное общественное мнение.

СМИ имеет огромное влияние на сознание людей. Это не означает, что вся представляемая информация должна быть положительной. Наоборот, преувеличение положительных характеристик способствует возрастанию недоверия как к источникам недостоверной информации, так и к самим сотрудникам правоохранительных служб. Демонстрирование положительных моментов практической деятельности органов внутренних дел свидетельствует об эффективности их деятельности. Полиция должна быть открытой, узнаваемой и доступной, а это обеспечивается благодаря тесному взаимодействию со СМИ. Именно последние позволяют преодолеть негативные стереотипы о деятельности и работе полиции. Сведения, предоставляемые гражданам, должны отвечать их потребностям, быть актуальными, материалы должны показывать стремление ОВД к налаживанию взаимопонимания с гражданами и помочь им. Необходимо также наличие «обратной связи», которая позволит наиболее точно узнать о недостатках в той или иной сфере деятельности.

По мнению респондентов (39%), приукрашенная информация о работе полиции, которую презентует СМИ проявляется, прежде всего, в: замалчивание негативной информации; плохой работе полиции; ложной и искаженной информации; искусственно созданном положительном имидже полиции. Менее одной десятой части населения (8%) полагают, что СМИ напротив могут очернять деятельность полиции и проявляется это в: одностороннем освещении информации (только с негативной стороны); гонении за сенсациями; большом количестве сообщений о взяточничестве.

Хочется отметить, что по вине конкретных сотрудников полиции, происходит обобщение и негативной огласки предается ведомство.

Вследствие данных ложных действий у населения происходит устойчивое формирование чувство незащищенности и неуверенности в будущем, раздражение и даже агрессивное отношение к деятельности ОВД.

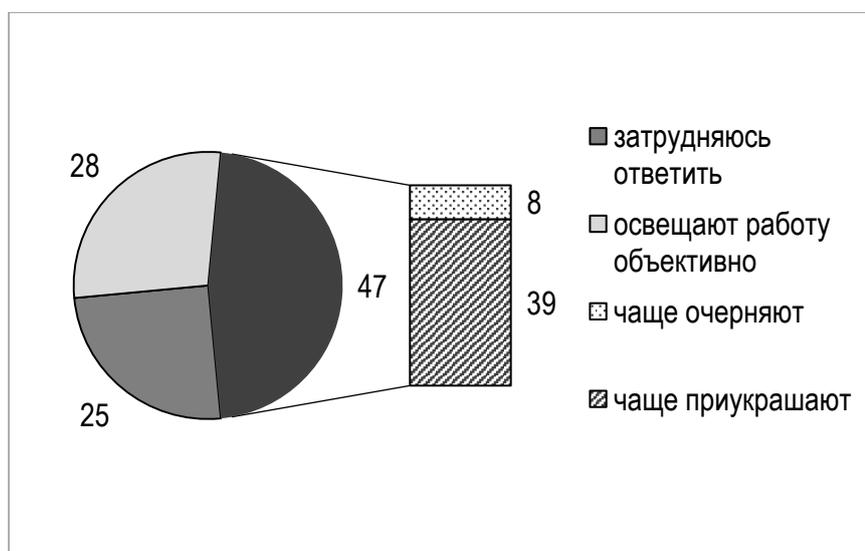


Рисунок 2 – Оценка объективности освещения работы полиции средствами массовой информации, %

Figure 2 – Assessment of the objectivity of coverage of police work by the media, %

Как показывают результаты социологических опросов, на сегодняшний день отношение граждан к деятельности полиции является далеко не положительным.

В массовом сознании населения все еще живет стабильный стереотип негативного отношения к сотрудникам полиции. Из этого следует, что важнейшей задачей выступает становление положительного общественного мнения о значении деятельности ОВД в общественной жизни посредством создания в СМИ положительного имиджа сотрудников ОВД.

Бесспорным остается тот факт, что именно от фактической деятельности сотрудников ОВД напрямую зависит восприятие их образа в глазах граждан Российской Федерации. Мнение о работе полиции, о том, как органы внутренних дел справляются со своими обязанностями, остается скорее удовлетворительным (рис. 3) [8].

Динамика отношения населения к деятельности полицейских имеет положительный эффект. Так, положительная оценка работы сотрудников ОВД возросла с 8% в 2002 году до 28% в 2020 году, а отрицательные оценки наоборот сократились с 48% до 21%.

Но стоит заметить, что сама деятельность органов ОВД формирует образ полиции лишь отчасти, ибо немаловажную роль играют средства массовой информации в становлении образа сотрудников полиции.

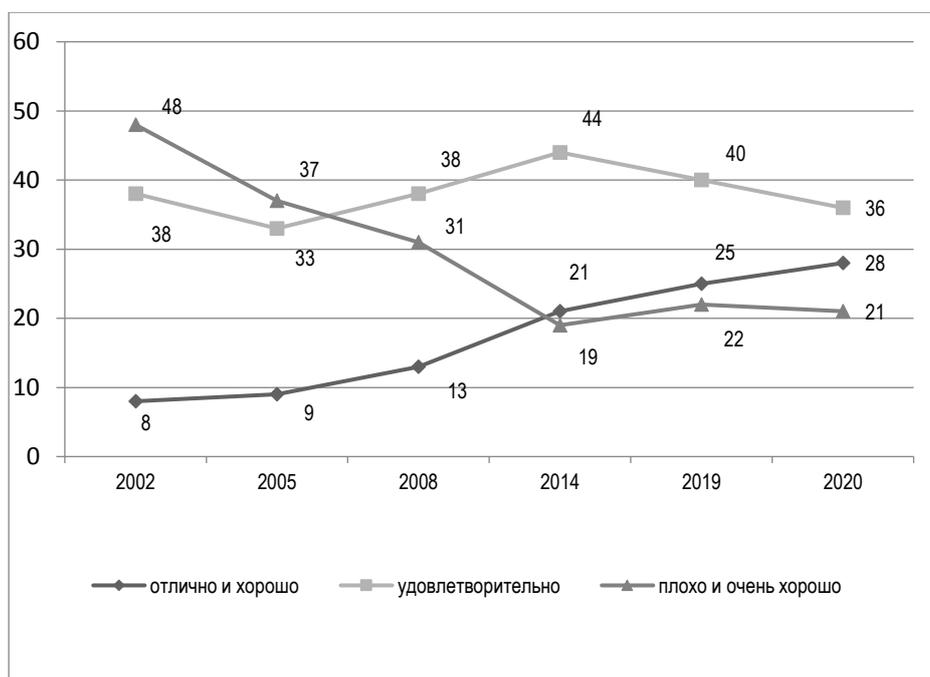


Рисунок 3 – Динамика отношения населения к деятельности полиции, %
 Figure 3 – Dynamics of the population's attitude to police activities, %

Можно утвердить, что престиж ОВД базируется на двух основных компонентах:
 – фактические результаты деятельности полиции;
 – отражение деятельности органов полиции в средствах массовой информации.

Продуктивная деятельность СМИ по становлению положительного имиджа ОВД направлена в первую очередь на повышение авторитета данной организации, рост доверия к сотрудникам органов, что в свою очередь должно положительным образом отражаться на их деятельности.

Одним из ведущих ресурсов правоохранительной деятельности выступает имидж сотрудников полиции, сформированный под влиянием образа. Низкое качество данного ресурса приведет к тому, что граждане будут лишены доверия по отношению к полицейским [6, с.75].

Имидж сотрудников полиции является наиболее проблемным аспектом на сегодняшний день и требует первоочередного решения, согласно проведенному исследованию 45% опрошенных граждан Российской Федерации.

Перманентное повышение интереса и бдительности со стороны сотрудников ОВД является важнейшим критерием для становления положительного образа полицейского, как заявляют 60% респондентов. В целом, граждане Российской Федерации оценивают эффективность деятельности сотрудников ОВД, а, соответственно, имидж полиции, весьма неоднозначно.

Образ сотрудника полиции, который сформировался у граждан, весьма неоднозначен. Он имеет две диаметрально противоположные составляющие. Одни характеризуют сотрудников ОВД как высокообразованных, ответственных, воспитанных, вежливых, интеллигентных, другие наделяют их абсолютно противоположными эпитетами, такими как грубый, хамоватый, самодовольный, считающий что ему все дозволено, так как он является представителем высшей инстанции.

На становление представления граждан России о деятельности ОВД оказывает влияние отражение СМИ их личностных качеств

3. Личностные качества сотрудников ОВД как фактор формирования устойчивого образа полиции в общественном сознании

Имидж сотрудников полиции, безусловно, подрывают их неправомерные действия по отношению к гражданам. Стоит отметить, что значимым аспектом для повышения имиджа сотрудников ОВД выступает недопустимость употребления в речи сквернословий, жаргона, матерной брани, ибо их употребление в речи влечёт отрицательное отношение со стороны граждан к сотрудникам полиции. Каждый сотрудник полиции является пропагандистом правовых и нравственных знаний [4, с.184].

Немаловажной также является культура внешнего облика сотрудника полиции, выступающая составной частью культуры поведения человека. Сотрудник полиции при несении службы должен быть одет в соответствующую форменную одежду.

Повседневная деятельность сотрудников ОВД проходит непосредственно на глазах у населения в связи с чем, огромная роль и внимание должны отводиться непосредственно авторитету сотрудников ОВД, который по большей части и зависит от их умения общаться, как между собой в коллективе, так и от общения с населением.

Однако, необходимо заметить, что коммуникативная деятельность сотрудников ОВД достаточно своеобразна. Данная деятельность связана с целым рядом психологических особенностей. Специфика деятельности сотрудников ОВД предусматривает возвышенный уровень их коммуникативной культуры, составляющими которой является predetermined совокупность знаний и умений, которые обеспечивают действенное протекание коммуникативного процесса.

Следует заметить, что одной из важнейших психологических свойств общения в ОВД представляется профессиональная направленность, которая связана с необходимостью обеспечения безопасности дорожного движения, а также выявление правонарушений, а именно имеются определенные особенности и predetermined параметров общения. Специфической особенностью общения сотрудников ОВД представляется соблюдение требований зако-

нодательства.

Ученые, исследующие область коммуникации сотрудников ОВД полагают, что одним из более существенных качеств, которое способствует увеличению эффективности процесса общения, представляется умение слушать других.

Знание сотрудниками ОВД средств и способов общения, обеспечивающих адекватное взаимодействие с людьми, этикетных норм, зачастую предопределяет результат решения профессиональных задач. Культура профессионального общения является доминантным компонентом системы подготовки будущих сотрудников ОВД, так как она создает условия для приобщения курсантов к культурному наследию, формирования социальных ориентиров и интересов на основе ценностных (этических) традиций [1].

В решении задач по развитию нравственных качеств сотрудника ОВД важную роль играет воспитание совокупности тех качеств, из которых складывается внутренний мир духовно развитой личности.

Принимая во внимание тот факт, что сотрудники ОВД имеют потенциальную возможность применять силовое воздействие, остается актуальным вопрос об их этичном и гуманном поведении. К сожалению, в настоящее время ситуация с уровнем профессионально-нравственной культуры и нравственных ценностей среди солдат правопорядка не в полной мере соответствует задачам их деятельности. На данный момент времени важно сформировать механизмы объективного отбора кандидатов на службу в ОВД в соответствии более высокими социально-ориентированными задачами. Очень важно рассмотреть кандидата на предмет наличия определенных эмоциональных, психологических, нравственных и интеллектуальных качеств. От этого в будущем будет зависеть не только эффективность работы таких сотрудников, но и количество спасенных им человеческих судеб, предотвращенных чрезвычайных ситуаций.

В основном этикет совпадает с общими требованиями такта и вежливости, являющимися его главными принципами, из которых первый предполагает проявление в отношениях с людьми чувство меры, сдержанности, способность обойти болезненные темы для собеседника.

Граждане хотят видеть в полицейских наличие следующих качеств: внимательность, доброжелательность и уважительность в отношении к людям, готовность оказать поддержку тем, кто нуждается в ней. Особое внимание уделяется такое личное качество сотрудников ОВД, как честность. Именно это качество ассоциируется с основной деятельностью полицейских, как блюстителей закона. Вместе с тем, честность и порядочность в рамках защиты закона должна быть основана на компетентности и профессионализме сотрудников полиции.

Из таблицы видно, что оценка уровня компетентности за последнее время (2019 и 2020 гг.) остается стабильной и является скорее положительной: так, практически половина респондентов считают, что большинство сотрудников полиции

скорее компетентны и обладают достаточным уровнем профессионализма. В оценке респондентами личных качеств порядочности и честности полицейских наблюдается положительная динамика.

Таблица 1 – Мнение респондентов о личностных качествах сотрудников ОВД, %
Table 1 – Opinion of respondents about the personal qualities of police officers, %

	Как вам кажется, большинство работников полиции скорее компетентны, профессиональны или скорее некомпетентны, непрофессиональны?		Как вам кажется, большинство работников полиции скорее честные, порядочные или скорее нечестные, не порядочные?	
	2019	2020	2019	2020
скорее да	47	48	41	45
скорее нет	30	30	31	27

Так, 45% населения считают, что большинство сотрудников ОВД скорее честны и порядочны, менее трети респондентов – считают наоборот.

Также необходимо упомянуть и о важности манер, которые включают в себя внешние формы поведения и обращения с людьми: умение держать себя с представителями различных социальных слоев общества, культуру речи, жестикуляцию, мимику и следование определенному стилю в одежде. Манеры также регулируются этикетом. Служебный этикет сотрудника ОВД – представляет собой определенный свод норм и, согласно которому регламентируются и упорядочиваются взаимоотношения между сотрудниками ОВД и населением.

При необходимости ношения гражданской одежды необходимо следовать общепринятому деловому стилю. В создании официального образа не следует злоупотреблять броскими и яркими украшениями, часами или пестрыми галстуками (галстук должен быть светлее костюма и темнее сорочки), в противном случае ношение перечисленного может зародить у делового партнера подозрения в вашей несерьезности и продемонстрировать отсутствие эстетического вкуса. Не стоит для проведения деловых бесед и переговоров надевать спортивные брюки, куртки или кожаные пиджаки, а также вечерние платья [2].

Недопустимо одновременно носить деловой костюм и спортивную обувь, так как эти вещи не совместимы по своему предназначению. Деловую одежду в первую очередь отличают классический крой, неброские цвета и многофункциональность.

Наряду с одеждой немалую роль в деловом общении играет также запах, который относится к неосознанным критериям первого впечатления. Поэтому не следует злоупотреблять парфюмерными средствами. Для того чтобы произвести положительное первое впечатление на делового партнера или собеседника, необходимо выработать уверенную и непринужденную манеру поведения и следовать вежливому обхождению. Следует отметить, что наделенный государ-

ственно-властными полномочиями, сотрудник вправе применять принудительные меры, которые в большинстве случаев воспринимаются негативно лицами, в отношении которых данные меры были реализованы.

Такой исследователь имиджа как И.А. Леонова подчеркивает, что «необходимо помнить, что форма сотрудника полиции, являясь атрибутом государственной власти, должна содержаться в чистоте и порядке» [5, с.69]. Таким образом, культура внешнего облика сотрудника органов внутренних дел заключается в:

соблюдении форменной одежды (чистая и отглаженная);

подтянутом виде и прямой осанке;

наличии скромной и аккуратной прически;

соответствии всех предметов формы установленным описаниям.

Можно констатировать, что когда сотрудники ОВД в своей профессиональной деятельности руководствуются этими нравственными ценностями, то создаются благоприятные условия для полноценного развития общества. В свою очередь гуманистические ценности воплощаются в этикете, которая включает в себя уважение к человеку независимо от его социального статуса, национальной или религиозной принадлежности. Искреннее уважение к другим людям порождает и самоуважение, что является важным моментом для представителей правоохранительных органов. Общечеловеческие качества составляют профессиональный этический облик государственной службы.

В заключении на основании всего вышесказанного можно отметить, что, как показывают результаты социологических опросов, на сегодняшний день отношение граждан к деятельности полиции является скорее нейтральным. В массовом сознании населения все еще живет стабильный стереотип негативного отношения к сотрудникам полиции. Из этого следует, что важнейшей задачей выступает становление положительного общественного мнения о значении деятельности ОВД в общественной жизни посредством создания в СМИ положительного имиджа сотрудников ОВД. Бесспорным остается тот факт, что именно от фактической деятельности сотрудников ОВД напрямую зависит восприятие их образа в глазах граждан Российской Федерации. Но стоит заметить, что сама деятельность органов ОВД формирует образ полиции лишь отчасти, ибо немаловажную роль играют средства массовой информации в становлении образа сотрудников полиции.

Обращение к проблеме формирования «медийного образа» (медиаобраза) сотрудника органов внутренних дел Российской Федерации обусловлено все возрастающими требованиями граждан, общества к качеству работы органов внутренних дел; необходимостью совершенствования информационного обеспечения их оперативно-служебной деятельности. Особая роль в формировании положительного имиджа сотрудников ОВД отводится нравственным характеристикам, которые должны регулироваться в нормативно-правовом поле, поскольку определяют усло-

вия для выстраивания отношений между гражданами и полицейскими. Создание позитивного медиаобраза должно способствовать повышению доверия ОВД, что в свою очередь положительным образом отразится на повышении эффективности работы данной организации.

Библиография/References:

1. Алексеенок А.А., Каира Ю.В., Кирюхина Ю.В. Имидж органов внутренних дел в субъективных оценках россиян: социологический мониторинг // Среднерусский вестник общественных наук. – 2018. – Т. 13. – № 6. – С. 29–42.
2. Алексеенок А.А., Кирюхина Ю.В. Использование социальных сетей для формирования имиджа ОВД // Информационное развитие России: состояние, тенденции и перспективы. Сборник статей X всероссийской научно-практической конференции. Отв. редактор Ю.В. Каира. – Орел, 2020. – С. 253–261.
3. Алексеенок А.А. Кирюхина Ю.В. Формирование имиджа органов внутренних дел России (ретроспективный анализ) // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2018. – № 2. – С. 51-61.
4. Каданцева Н.П. Имидж сотрудников органов внутренних дел России: история и направления развития // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2016. – № 3. – С. 183 – 186.
5. Леонова И.А. Формирование нравственного облика полицейского // Наука и практика. – 2016. – № 2. – С. 68–70.
6. Леонова И.А. Эстетические аспекты внешнего вида сотрудника полиции // Научный вестник Орловского юридического института МВД России имени В.В. Лукьянова. – 2018. – № 2. – С. 73–76.
7. Передня Д.Г. Имидж полиции России, эмпирический анализ // Вестник Восточно-Сибирского института МВД России. – 2016. – № 1. – С. 112–124.
8. Работа полиции. Отношение к полицейским. – URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14363> (дата обращения: 05.09.2021).

1. Alekseenok, A.A., Kaira, Yu.V., Kiriukhina, Yu.V. (2018) Imidzh organov vnutrennikh del v sub"ektivnykh otsenkakh rossiiian: sotsiologicheskii monitoring [Image of the bodies of internal affairs in evaluations of the Russians: sociological monitoring] // Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk [Central Russian Journal of Social Sciences]. – T. 13. – № 6. – P. 29–42. (In Russ.)

2. Alekseenok, A.A., Kiriukhina, Yu.V. (2020) Ispol'zovanie sotsial'nykh setei dlia formirovaniia imidzha OVD [The use of social networks for the formation of the image of the police department] // Informatsionnoe razvitie Rossii: sostoianie, tendentsii i perspektivy [Information development of Russia: state, trends and prospects]. Sbornik statei X vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Otv. redaktor Yu.V. Kaira. – Orel. – P. 253–261. (In Russ.)

3. Alekseenok, A.A. Kiriukhina, Iu.V. (2018) Formirovanie imidzha organov vnutrennikh del Rossii (retrospektivnyi analiz) [Formation of image of law-enforcement bodies of Russia (retrospective analysis)] // Izvestiia Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki [Bulletin of Tula State University. Film Humanities]. – № 2. – P. 51-61. (In Russ.)
4. Kadantseva, N.P. (2016) Imidzh sotrudnikov organov vnutrennikh del Rossii: istoriia i napravleniia razvitiia [The image of employees of the internal affairs bodies of Russia: history and directions of development] // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii [Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta MVD Rossii]. – № 3. – P. 183–186. (In Russ.)
5. Leonova, I.A. (2016) Formirovanie nrvstvennogo oblika politseiskogo [Formation of the moral image of a policeman] // Nauka i praktika [Science and Practice]. – № 2. – P. 68–70. (In Russ.)
6. Leonova, I.A. (2018) Esteticheskie aspekty vneshnego vida sotrudnika politsii [Aesthetic aspects of the appearance of a police officer] // Nauchnyi vestnik Orlovskogo iuridicheskogo instituta MVD Rossii imeni V.V. Luk'ianova [Scientific Bulletin of the Orel Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov]. – № 2. – P. 73–76. (In Russ.)
7. Perednia, D.G. (2016) Imidzh politsii Rossii, empiricheskii analiz [The image of the Russian police, empirical analysis] // Vestnik Vostochno-Sibirskogo instituta MVD Rossii [Vestnik of the East Siberian Institute of the MIA of Russia]. – №1.– P.112–124. (In Russ.)
8. Rabota politsii. Otnoshenie k politseiskim [Police work. Attitude towards police officers]. – URL: <https://fom.ru/Bezopasnost-i-pravo/14363> (data obrashcheniia: 05.09.2021). (In Russ.)