

УДК (361.35:35)-042.4:159.9
DOI 10.20339/AM.08-21.078

А. С. Петракова,
канд. филос. наук, преподаватель Академического колледжа
Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ, г. Краснодар
e-mail: anvsch@mail.ru

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКТУАЛЬНОГО ИМИДЖА СОТРУДНИКА ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ

Устанавливаются ключевые компетентностные характеристики актуального имиджа сотрудника полиции, основные тенденции его изменений. Определена проблема формирования цельного положительного представления о сотруднике правоохранительных органов в условиях современной России. В статье показана актуальность и необходимость положительного образа полицейского в массовом сознании. Автором проведено эмпирическое исследование, позволившее детерминировать основные параметры имиджа современного полицейского. Научная новизна работы состоит в том, что в ходе сравнительного анализа восприятий полицейского внутренним и внешним сегментом целевой имиджевой аудитории удалось установить не только ключевые имиджевые параметры полицейского, актуальные на данный момент, но и определить основные противоречия в образе сотрудника правоохранительных органов и детерминировать их основные причины. В результате показано, что на актуальный образ полицейского, с одной стороны, влияют стереотипы, сформировавшиеся, в перестроечный период, с другой – образы и представления, транслируемые средствами массовой коммуникации, с третьей – деятельность самих полицейских, воспринимаемая непосредственно при личном контакте. Кроме того, установлено, что основной проблемой на пути формирования цельного благоприятного имиджа сотрудника правоохранительных органов является отсутствие реализуемой единой информационной политики в данной области деятельности, а также нерегулируемость со стороны государственных структур множественных информационных потоков, так или иначе влияющих на восприятие деятельности ОВД массовой аудиторией, что порождает в итоге противоречивый и во многом эклектичный образ.

Ключевые слова: имидж, сотрудник полиции, правоохранительные органы, органы внутренних дел, средства массовой коммуникации, реципиент имиджа, прообраз имиджа, репутация, самоимидж.

KEY CHARACTERISTICS OF THE CURRENT IMAGE OF A LAW ENFORCEMENT OFFICER: PROBLEMS OF FORMATION AND PERCEPTION

A.S. Petrakova is Cand. Sci. (Philosophy), Lecturer at the Academic College at Academy of Marketing and Social and Information Technologies – IMSIT, Krasnodar

Defined are the critical competence characteristics of the current image of a police officer, the main trends in its change and to determine the problems of forming a whole positive image of a law enforcement officer in the conditions of modern Russia. The article shows the relevance and necessity of a positive image of a police officer in the mass consciousness. The author has carried out an empirical study that made it possible to determine the main parameters of the image of a modern police officer. The scientific novelty of the work lies in the fact that in the course of a comparative analysis of the perceptions of a police officer by the internal and external segments of the target image audience, it was possible to establish not only the key image parameters of the police officer that are relevant at the moment, but also to determine the main contradictions in the image of a law enforcement officer and determine their main the reasons. As a result, it is shown that the current image of a police officer, on the one hand, is influenced by the stereotypes that were formed during the perestroika period, on the other, the images and ideas broadcast by the mass media, and on the third, the activities of the police themselves, perceived directly through personal contact. In addition, it was found that the main problem on the way of forming an integral favorable image of a law enforcement officer is the lack of a unified information policy in this area of activity, as well as the unregulated nature of multiple information flows by state structures, one way or another, affecting the perception of the activities of the internal affairs bodies of the mass audience, which ultimately gives rise to a contradictory and largely eclectic image.

Key words: image, police officer, law enforcement agencies, internal affairs bodies, mass media, recipient of the image, prototype of the image, reputation, self-image.

Введение

Термин «имидж» становится особенно популярным в последние годы. Все чаще им пользуются не только ученые, но специалисты по связям с общественностью, по рекламе, журналисты, психологи, имиджмейкеры.

Возрастание интереса к данному явлению связано во многом с тем, что с развитием информационно-коммуникационных технологий практически каждый человек сегодня «встроен» в общую цифровую реальность, имеет почти неограниченный доступ к разного рода сведениям и сам является объектом внимания одновременно многих

участников социальной коммуникации. Именно поэтому профессионально формированием своего имиджа сегодня занимаются не только политики и общественные деятели, но практически все граждане, обладающие статусом публичной личности.

Не являются исключением и правоохранительные органы. Их положительный имидж важен по многим причинам. Во-первых, силовые ведомства являются оплотом порядка и законности в государстве, обеспечивают его стабильное и устойчивое развитие. В этом смысле положительный имидж правоохранительных структур – это уверенность в силе государства, его способности поддерживать правопорядок и не допускать нарушений закона. Во-вторых, органы внутренних дел нуждаются в доверии и поддержке граждан для эффективной реализации своих функций.

В свою очередь, население страны – основная целевая аудитория имиджа полицейского. Отсутствие позитивного восприятия силового ведомства может привести к тому, что граждане не только не будут обращаться в органы внутренних дел за помощью, находя иные альтернативные ее источники, но и не станут оказывать содействие полиции в ее работе, что не просто значительно усложнит, но во многом сделает невозможным полноценное выполнение правоохранительных и правоприменительных функций.

В-третьих, в результате социально-экономических, политических и культурных сдвигов после распада СССР, приведших к практическому сращиванию силовых ведомств с криминальными структурами, положительный образ советского милиционера был практически полностью разрушен [10. С. 109–110]. В-четвертых, «доверие граждан к полиции способствует правовой интеграции общества, индикатором которой является снижение преступности в целом и многократное снижение административной деликтности в частности» [6. С. 144–151].

Понятие «имидж» и его структура

Понятие «имидж» в дословном переводе обозначает «образ», «картинка». Иными словами, имидж – это образ объекта окружающей реальности (личности, организации, профессии и др.), который складывается об объекте в сознании окружающих. При этом имеется в виду не только зрительный образ, но целостное представление об объекте как о части реального мира, включающее весь спектр ассоциаций, а также эмоциональное отношение к нему. Можно сказать, что это своего рода идентификация, в результате которой публично демонстрируемые объектом

признаки прочно укореняются в массовом сознании и впоследствии ассоциируются именно с ним.

Имидж – не просто образ, формируемый в сознании аудитории, это результат взаимодействия с так называемыми реципиентами имиджа, целью которого является создание и дальнейшее существование особого представления о каком-либо объекте реальности. Важность качества имиджа сотрудников органов внутренних дел во многом объясняется тем, что их целевую аудиторию составляют практически все граждане государства, поскольку каждый так или иначе имеет потенциальную возможность взаимодействия с полицией [9. С. 246–247].

Прообразом имиджа сотрудника правоохранительных органов являются сами представители данной профессии, а реципиентом как общество с его сложной структурой, так и сообщество полицейских как его часть. Ведь, как отмечает Е.Л. Буслаева, «позитивный имидж сотрудника полиции важен не только для общего имиджа структуры, но и для моральной и психологической удовлетворенности самого сотрудника полиции» [2. С. 59–61].

Особое значение имидж приобретает в контексте явления репутации, поскольку мы зачастую в своих суждениях и действиях опираемся не на реальность, а на оценки, отзывы, мнения. Именно поэтому наиболее цельным и действенным является имидж, созданный с опорой на репутацию, в основе которой лежит «проверенный факт» [8. С. 271].

Традиционно совокупное понятие «имидж» включает самоимидж (образ субъекта имиджа, сформированный в его собственном сознании), воспринимаемый окружающими имидж и требуемый имидж (именно он является конечной целью формирования) [1].

В структуре имиджа выделяют миссию – конечную цель его создания, определяемую субъектом, легенду и цели. Миссия показывает то, зачем субъект существует в конкретном качестве, т.е. занимается определенным видом деятельности и функционирует в обществе. Легенда – это самая сложная часть имиджа, поскольку данный компонент отражает и цели субъекта, и способы их достижения, и уже имеющиеся значимые результаты деятельности, и конечную цель, ради которой субъект имиджа существует и занимается деятельностью. Кроме указанных смыслообразующих компонентов, есть еще элементы эстетические, включающие внешние характеристики субъекта, вербальные особенности, социально-психологические компоненты. Именно последние ориентированы на эмоциональное восприятие субъекта [4. С. 136].

Отдельно стоит отметить также, что имидж формируется не только для аудитории, но и для самого субъекта,

поскольку влияет на его самооценку и создает определенное самоощущение.

Учитывая изложенное, целью нашего исследования было определить ключевые характеристики актуального имиджа сотрудника правоохранительных органов, установить цели и основные проблемы формирования цельного положительного образа полицейского в массовом сознании.

Характеристики имиджа сотрудника полиции

Решая задачу более точной идентификации имиджевых характеристик сотрудников полиции, мы провели социологический опрос курсантов ведомственного вуза МВД России и студентов гражданского вуза, изучающих основы правоохранительной деятельности. Исследование позволило не только установить основные имиджевые параметры представителей профессии полицейского, но и сравнить оценку этих параметров представителями разной аудитории. В опросе приняли участие 130 курсантов вуза МВД ($n_1 = 130$) и 136 обучающихся гражданского вуза ($n_2 = 136$).

В структуру анкеты были включены вопросы, позволяющие оценить как внешние, эстетические, так и вербальные и социально-психологические компоненты имиджа сотрудника органов внутренних дел. Ряд вопросов был нацелен на выявление особенностей ценностно-мотивационных параметров. Для решения задачи соотнесения самоимиджа и воспринимаемого имиджа в исследовании приняли участие как респонденты – представители профессии, так и аудитория, которая по отношению к сотрудникам ОВД является внешней. Опрос дал возможность также выявить некоторые проблемы, связанные с процессом формирования имиджа сотрудника полиции.

Одним из первых респондентам был предложен вопрос, касающийся внешней составляющей образа сотрудника полиции. В частности, у опрашиваемых заинтересовались, считают ли они полицейскую форму необходимым атрибутом, не только идентифицирующим сотрудника полиции как такового, но и повышающим престиж профессии в обществе. Так, 89,2% курсантов и 42,6% обучающихся гражданского вуза ответили на заданный вопрос положительно. Стоит отметить, что курсанты уже являются сотрудниками полиции, и ношение форменной одежды – обязательное условие обучения в отличие от гражданской аудитории.

Следующие три вопроса были направлены на выявление уровня культуры речи сотрудника полиции и опре-

деление его влияния на имидж профессии. В частности, респондентам было предложено оценить уровень культуры речевого общения представителей правоохранительной системы. Результаты представлены в табличном виде (табл. 1).

Таблица 1

Оценка актуального уровня культуры речи сотрудника полиции, в % от числа респондентов

Уровень культуры речи	Курсанты, $n_1 = 130$	Студенты гражданского вуза, $n_2 = 136$
Высокий	58,5	13,2
Средний	35,4	61,8
Низкий	6,1	25

Как видно из табл. 1, оценка актуального уровня культуры речи действующих сотрудников полиции существенно выше у курсантов, чем у обучающихся основам правоохранительной деятельности студентов гражданского вуза. Интересно, что при ответе на следующий вопрос обе группы респондентов ответили практически идентично. В частности, 96,9% курсантов и 82,4% студентов согласились с тем, что уровень культуры общения значительно влияет на имидж сотрудника полиции.

Далее респондентам было предложено сконструировать пирамиду актуальных характеристик речи действующего сотрудника полиции, детерминирующих его уровень коммуникативной культуры, расположив три наиболее значимые специфические особенности в порядке убывания значимости. У группы курсантов на первом месте оказалась доступность речи, на втором ясность, на третьем – богатый словарный запас. Среди обучающихся гражданского вуза большинство респондентов сошлись во мнении, что главная характеристика речи полицейского – использование профессионального сленга, жаргона, далее следуют варианты ответов «использование ненормативной лексики» и «доступность».

Следующей имиджевой характеристикой профессии полицейского стало состояние его рабочего кабинета/рабочего места. Самым популярным у курсантов стал ответ «другое». Резюмируя все, что в этом варианте изложили данные сотрудники полиции, можно сказать, что кабинет лаконичен в оформлении, при этом стол перегружен рабочими документами, которые зачастую сложены хаотично. Так считают 90,8% обучающихся ведомственного вуза. Среди представителей гражданского вуза самым популярным стал ответ: «помещение требует ремонта, не слишком чисто, стол перегружен бумагами, рабочие

документы сложены хаотично» (66,2%). Вариант ответа «лаконичность в оформлении, чистота в помещении, порядок на рабочем столе, стеллажах, шкафах» оказался наиболее верным для 9,2% курсантов и 33,8% студентов.

Одним из наиболее значимых имиджевых параметров для любого профессионального сообщества является характер взаимоотношений в коллективе. По мнению курсантов, иерархия основных особенностей в порядке убывания выраженности строится следующим образом: на первом месте – взаимоуважение, на втором – солидарность, на третьем – невмешательство. Несколько иначе оценивают характер взаимоотношений в служебных коллективах органов внутренних дел студенты гражданских вузов: здесь на первом месте стоит индивидуализм, на втором – невмешательство, на третьем – соперничество.

Следующий вопрос был нацелен на выявление актуальных представлений о сотруднике полиции среди выбранных групп респондентов. Так, большая часть опрошенных курсантов отметила, что сотрудник правоохранительных органов в их сознании имеет образ, прежде всего, госслужащего (86,2%). Второй по популярности ответ – представитель власти. Его дали 9,2% респондентов. 4,6% считают сотрудника полиции защитником. Аудитория из студентов гражданского вуза видит в сотруднике органов внутренних дел, прежде всего, представителя власти (52,9%). На следующем по популярности месте был ответ – коррупционер (39,7%). Третье место в рейтинге получило утверждение о том, что сотрудник полиции – госслужащий. К такому мнению склоняется 5,9% респондентов. И только 1,5% опрошенных в группе студентов видят в полицейском профессионала своего дела.

Анализ результатов опроса

Значимость полученных ответов трудно переоценить. Примечательно, что полиция, основные функции которой правоохранительные и правоприменительные, не является в сознании опрошенных основным оплотом порядка и законности, а, напротив, выступает частью государственного механизма, отражающей его стремление функционировать ради самого себя и реализовывать властные полномочия входящих в него элементов. Объясняется это тем, что, как утверждает С.С. Смолева, «сегодня Россия является одним из самых коррумпированных государств планеты», а образ сотрудника правоохранительных органов прочно связан с образом взяточника [7. С. 4].

Интересно, что мнения и курсантов, и студентов гражданских вузов удивительным образом сошлись при ответе на следующий вопрос о том, каким должен быть образ сотрудника полиции в сознании граждан. Так, 69,2%

курсантов и 76,5% студентов считают, что представитель правоохранительной системы в первую очередь должен быть защитником для граждан. На втором месте по популярности у 23,1% курсантов был ответ «профессионал своего дела», а у студентов следующим в рейтинге была позиция «борец за справедливость». Такого мнения придерживаются 17,6% опрошенных данной группы. Третий по популярности ответ у обеих групп респондентов – «представитель власти»: его дали 7,7% опрошенных курсантов и 5,9% студентов.

Сравнивая ответы на последние два вопроса, можно сказать, что воспринимаемый образ сотрудника полиции, к сожалению, не соответствует требуемому. Однако молодое поколение, к которому относится аудитория респондентов в целом, несмотря на сложившееся в массовом сознании негативное представление об органах внутренних дел, желает видеть в полицейском в большей степени защитника своих прав и законных интересов, борца за справедливость и гаранта социальной стабильности.

Продолжил анкетирование вопрос о том, что является основным источником сведений о деятельности полицейского для респондентов. Ведь не секрет, что «многие отклики и оценки событий в средствах массовой информации, на телевидении и в сети Интернет вызывают проявление недоверия к органам охраны правопорядка, неверие в возможность улучшения ситуации» [7. С. 5] Рейтинг ответов по популярности у обеих групп респондентов представлен в следующем виде (табл. 2).

Таблица 2

Основной источник сведений о деятельности полиции как основа формирования имиджа профессии, в % от числа респондентов

Источник сведений	Курсанты, n ₁ = 130	Студенты гражданского вуза, n ₂ = 136
Личный опыт общения с сотрудниками полиции	72,3	10,3
Просмотр видео о деятельности полиции в сети Интернет (соцсети, YouTube, TikTok и др.)	20	55,9
Слухи, рассказы знакомых, друзей, коллег	0	29,4
Новостные и общественно-политические программы	4,6	0
Художественные фильмы и сериалы о деятельности правоохранительных органов	3,1	4,4

Как видно из табл. 2, курсанты большей частью сведения о деятельности полиции получают из личного обще-

ния с представителями профессии, что в целом объяснимо, т.к. процесс профессиональной подготовки напрямую осуществляется при непосредственном участии действующих сотрудников правоохранительных органов, которыми является большая часть преподавателей, курсовые офицеры, руководители практики и другие сотрудники. В свою очередь, гражданская аудитория черпает сведения о деятельности полиции из непосредственного взаимодействия с представителями профессии в гораздо меньшей степени. Именно поэтому личный коммуникативный опыт заменяют другие источники информации, такие как социальные сети, слухи, рассказы и др.

Далее респондентам было предложено определить, какой образ сотрудника полиции чаще всего формируют современные СМИ. На первом месте по популярности у курсантов стал ответ «коррупционер»: его выбрали 41,5% респондентов. Большая же часть опрошенных студентов посчитала, что СМИ создают образ представителя власти: такой ответ дали 51,5% опрошенных. Далее ответы распределились следующим образом (табл. 3).

Таблица 3

Образ сотрудника полиции, создаваемый СМИ, в % от числа респондентов

Образ сотрудника полиции, создаваемый СМИ	Курсанты, $n_1 = 130$	Обучающиеся гражданского вуза, $n_2 = 136$
Коррупционер	41,5	10,3
Представитель власти	27,7	51,5
Функционер	18,5	0
Правозащитник	12,3	30,9
Семьянин	0	7,3

Анализируя данные табл. 3, нужно отметить, что взгляд гражданской аудитории и самих сотрудников правоохранительной системы на образ полицейского, формируемый СМИ, разнится. Однако и у первой, и у второй групп респондентов вариант правозащитника в ответах присутствует, хотя является и не самым популярным. В то же время необходимо отметить, что и курсанты, и студенты, оценивая вклад СМИ в процесс создания имиджа полицейского, считают, что современные средства коммуникации не имеют целью формировать образ защитника и борца за справедливость, но прежде всего рисуют сотрудника органов внутренних дел представителем власти, функционером, правонарушителем (коррупционером). На наш взгляд, это объясняется стремлением сделать кино- и информационные продукты более зрелищными, рейтинговыми. Иными словами, СМИ, обладая огром-

ным арсеналом аудиовизуальных средств, реализуют прежде всего цели продвижения своих каналов и программ, а не консолидации общества и укрепления государства.

Возвращаясь к тому, что обе группы респондентов обучаются основам правоохранительной деятельности, им был задан вопрос о том, что приобретает человек, становясь сотрудником полиции. Ответы курсантов позволили выстроить следующую ценностную пирамиду:

- ◆ первое место – власть (43,1%);
- ◆ второе место – стабильный заработок (32,3%);
- ◆ третье место – карьерный рост (13,8%);
- ◆ четвертое место – возможность выйти на пенсию по выслуге лет (10,8%).

Несколько иначе распределились ответы у второй группы опрошенных – студентов гражданских вузов:

- ◆ первое место – стабильный заработок (51,5%);
- ◆ второе место – пенсия по выслуге лет (26,5%);
- ◆ третье место – власть (11,8%);
- ◆ четвертое место – карьерный рост (10,2%).

Итоговым вопросом анкеты стало предложение выразить свое отношение к профессии полицейского. Здесь ведущие позиции у курсантов заняли такие ответы, как «полиция необходима как инструмент власти» (69,2%) и «полиция – это видимость порядка и законности без реальных средств его обеспечить» (30,8%). В свою очередь, большая часть опрошенных студентов отметила, что полиция необходима для защиты прав и законных интересов граждан (55,9%). Второй по популярности ответ у данной группы – «полиция необходима как инструмент власти» (44,1%).

Анализируя ответы респондентов на последние два вопроса, стоит отметить, что образ сотрудника правоохранительных органов России всегда был противоречивым, и большей частью аудитории полиция рассматривалась, с одной стороны, как необходимый инструмент власти, средство поддержания правопорядка и социальной стабильности, требующих, в том числе определенного героизма и жертвенности, с другой – как обладателя дополнительных полномочий, которые давала принадлежность к государственной структуре. Отсюда в массовом сознании формировался «стереотип, обвиняющий сотрудника ОВД в мздоимстве, излишней закрытости, нетерпимости, к социально незащищенным слоям населения» [5. С. 184].

Заключение

Проведенное нами социологическое исследование особенностей современного имиджа сотрудников полиции позволяет сделать следующие основные выводы.

Одним из значимых атрибутов в структуре внешнего компонента имиджа является форменная одежда. Исследование показало, что ее наличие действительно является необходимым условием формирования имиджа профессии полицейского. Однако большее значение наличие формы все-таки придают сами сотрудники, нежели остальная аудитория.

Вербальный компонент имиджа также был оценен респондентами в ходе опроса. Здесь исследование показало, что значимость высокого уровня коммуникативной культуры признают обе группы респондентов, а вот актуальное ее состояние у действующих сотрудников полиции оценивают по-разному, что позволяет говорить о некотором несоответствии самоимиджа и воспринимаемого имиджа и влечет за собой недостижимость требуемого, соответственно.

Эстетический компонент был оценен респондентами через отзывы о состоянии рабочего кабинета. Здесь самоимидж и воспринимаемый имидж также незначительно диссонируют. На наш взгляд, проблема несоответствия кроется в том, что источники формирования образа полицейского у разных групп респондентов отличны. Так, курсанты в реальной жизни чаще сталкиваются с действующими сотрудниками ОВД или являются ими сами, в то время как студенты могут черпать сведения о деятельности правоохранительных структур из внешних источников, в том числе средств массовой информации. Именно поэтому формируемый у второй группы респондентов образ несколько искажен во многом восприятием не самого сотрудника в процессе его деятельности, а представлений других сегментов имиджевой аудитории.

Ряд вопросов был направлен на детерминацию социально-психологических компонентов имиджа. Анализ ответов показал, что оценка как отношений в служебных коллективах органов внутренних дел, так и самой профессиональной деятельности полицейских не коррелирует в ответах курсантов и обучающихся гражданского вуза. Различно также у групп респондентов и представление о конечном назначении полиции как социального и правового института.

Эмпирическое исследование показало, что актуальный образ сотрудника полиции имеет множество противоречий как в сознании внутренней (курсанты), так в сознании внешней (студенты) аудитории. При этом представители обеих групп респондентов понимают важность положительного имиджа сотрудника силовых ведомств, но тем не менее общие воспринимаемые характеристики иногда даже диссонируют между собой. Так, образ коррупционера сочетается с защитником и борцом за справедливость, функционера и госслужащего с обладателем властных полномочий. Все это, на наш взгляд, говорит о том, что со времен перестроечного периода представления о сущности и значимости профессии полицейского претерпевают определенные изменения в лучшую сторону. Однако о цельном положительном образе сотрудника органов внутренних дел говорить все же пока рано.

Проблема, как показало исследование, во многом кроется, прежде всего в том, что средства формирования имиджа, коими в первую очередь выступают СМИ, не реализуют единую информационную политику в сфере создания позитивных представлений о деятельности правоохранительных органов, хотя позиция президента РФ относительно актуального образа полицейского была декларативно обозначена еще в 2016 г. [3], государственным аппаратом власти, вероятно, делается недостаточно для обеспечения единства действий всех коммуникационных каналов в направлении формирования положительных имиджевых характеристик ОВД.

Справедливости ради надо отметить, что общественному мнению во многом свойственна инерционность [11. С. 959], а потому отголоски стереотипов 1990-х гг. еще, вероятно, не раз будут влиять на восприятие российских полицейских. Не способствует решению проблемы эклектичности образа сотрудника ОВД и то, что в условиях демократии формированием имиджа может заниматься практически каждый, что усложняет и так трудную задачу государственного контроля над процессами целенаправленного создания положительного образа полицейского.

Литература

1. Браженская Н.Е., Чернобродов Е.Р. Социально-психологические особенности имиджа современного полицейского в России // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 4. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/21PSMN420.pdf> (дата обращения: 10.05.2021).
2. Булаева Е.Л. К проблеме формирования имиджа сотрудников полиции в современных условиях // Международный журнал психологии и педагогики служебной деятельности. 2018. № 2. С. 59–61.

References

1. Brazhenskaya, N.E., Chernobrodov, E.R. Socio-psychological features of the image of a modern policeman in Russia. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2020. No. 4. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/21PSMN420.pdf> (accessed on: 10.05.2021).
2. Buslaeva, E.L. On the problem of forming the image of police officers in modern conditions. *International Journal of Psychology and Pedagogy of Service Activity*. 2018. No. 2. P. 59–61.

3. Вступительное слово Президента РФ на расширенном заседании коллегии МВД, 15 марта 2016 г. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/51515> (дата обращения: 10.05.2021).
4. Гейжан Н.Ф., Каданцева Н.П. Структура и содержание имиджа сотрудников органов внутренних дел России // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2013. № 1 С. 134–139.
5. Каданцева Н.П. Имидж сотрудников органов внутренних дел России: история и направления развития // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2012. № 3 (55). С. 183–186.
6. Майоров В.И., Дунаева О.Н. Формирование стратегических приоритетов имиджевой политики российской полиции в контексте повышения эффективности ее работы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2017. № 2. С. 144–151.
7. Смолева С.С. Формирование позитивного имиджа органов внутренних дел в деятельности служб по связям с общественностью: политическая теория и практика: автореф. дисс. ... д-ра полит. наук. М., 2013. 50 с.
8. Султанова М.В. Имидж сотрудников ОВД и пути его формирования // Вестник Университета. 2014. № 2. С. 271–274.
9. Устинова Л.Г., Султанова М.В. Имидж сотрудников ОВД в контексте современных социокультурных реалий // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 5 (60). С. 246–247.
10. Шаталов К.К. Формирование положительного имиджа сотрудника полиции // Наука и образование сегодня. 2019. № 6-2 (41). С. 109–110.
11. Edward L. Bernays. Manipulating Public Opinion: The Why and How // American Journal of Sociology. 1928. Vol. 33, Iss. 6 (May). P. 958–971. URL: https://vk.com/doc5787984_459733452?hash=18a842d8f2db20d327 (дата обращения: 08.05.2021).
3. Opening remarks by the President of the Russian Federation at an expanded meeting of the board of the Ministry of Internal Affairs, March 15, 2016. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/51515> (accessed on: 10.05.2021).
4. Geizhan, N.F., Kadantseva, N.P. The structure and content of the image of employees of the internal affairs bodies of Russia. *Bulletin of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2013. No. 1. P. 134–139.
5. Kadantseva, N.P. The image of employees of the internal affairs bodies of Russia: history and directions of development. *Bulletin of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2012. No. 3 (55). P. 183–186.
6. Mayorov, V.I., Dunaeva, O.N. Formation of strategic priorities of the image policy of the Russian police in the context of increasing the efficiency of its work. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University N.I. Lobachevsky*. 2017. No. 2. P. 144–151.
7. Smoleva, S.S. Formation of a positive image of the internal affairs bodies in the activities of public relations services: political theory and practice. *Abstr. of thesis diss. ... doc. polit. sciences*. Moscow, 2013. 50 p.
8. Sultanova, M.V. The image of the police officers and the ways of its formation. *Bulletin of the University*. 2014. No. 2. P. 271–274.
9. Ustinova, L.G., Sultanova, M.V. The image of police officers in the context of modern socio-cultural realities. *World of Science, Culture, Education*. 2016. No. 5 (60). P. 246–247.
10. Shatalov, K.K. Formation of a positive image of a police officer. *Science and education today*. 2019. No. 6-2 (41). P. 109–110.
11. Edward, L.B. Manipulating Public Opinion: The Why and How. *American Journal of Sociology*. 1928. Vol. 33. Iss. 6 (May). P. 958–971. URL: https://vk.com/doc5787984_459733452?hash=18a842d8f2db20d327 (accessed on: 08.05.2021).