

■ ■ ■ Совершенствование социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел

Меркулов П.А.¹, Алексеенок А.А.¹, Кирюхина Ю.В.², Сапрыкин С.С.¹

1. Среднерусский институт управления, Орел, Российская Федерация.

2. Орловский юридический институт МВД России имени В.В. Лукьянова, Орел, Российская Федерация.

Аннотация. Рукопись посвящена социологическому анализу совершенствования социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел. Обоснована целесообразность применения социально-технологического подхода к формированию имиджа органов внутренних дел, обеспечивающего подбор востребованного и адекватного контента для различных целевых групп и аудиторий. Выделение компонентов технологии формирования положительного имиджа органов внутренних дел позволяет алгоритмизировать данный процесс, то есть определить те основные направления, которые в комплексе смогут привести к улучшению имиджа органов внутренних дел: сегментирование – выделение целевых групп населения дифференцированных на основе отношения к органам внутренних дел и имеющих разные социальные установки и ожидания; позиционирование – определение атрибутов, которые непосредственным образом скажутся на формировании имиджа органов внутренних дел в различных сегментированных группах; конструирование – формирование интегральной характеристики, включающей в себя мифологический, виртуально-стереотипный и конкретный уровни, на которых происходит анализ и подбор определенных архетипов, символических образов, подходящих для современной ситуации, выработка желательных социальных действий сотрудников ведомства; укоренение – окончательное закрепление и фиксирование имиджа ведомства в сознании населения.

Ключевые слова: социальные технологии, коммуникация, PR, имидж, визуальный имидж, имидж органов внутренних дел

Для цитирования: Меркулов П.А., Алексеенок А.А., Кирюхина Ю.В., Сапрыкин С.С. Совершенствование социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел // Коммуникология. 2023. Том 11. № 3. С. 148-161. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-3-148-161.

Сведения об авторах: Меркулов Павел Александрович – доктор исторических наук, профессор, и.о. директора, заведующий кафедрой политологии и государственной политики Среднерусского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). Адрес: 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12. E-mail: vestniksrvon@mail.ru. ORCID: 0000-0002-3471-5923. Алексеёнок Анна Алексеевна – доктор социологических наук, профессор, и.о. заведующего кафедрой «Социология и социальные технологии» Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС. E-mail: alekseenok-aa@yandex.ru. ORCID: 0000-0001-5178-6857. Кирюхина Юлия Валерьевна – кандидат социологических наук, преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин Орловского юридического института

МВД России имени В.В. Лукьянова. Адрес: 302027, Россия, г. Орел, ул. Игнатова, 2. E-mail: kir-julia2006@yandex.ru . Сапрыкин Степан Сергеевич – аспирант кафедры «Социология и социальные технологии» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» Среднерусский институт управления – филиал. E-mail: stepanacapr@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 10.07.2023. Принята к печати: 29.08.2023.

Введение. Несмотря на общее снижение криминогенности и сокращение количества преступлений, установление конструктивного взаимодействия сотрудников органов внутренних дел с населением сохраняет свою актуальность. Улучшение имиджа органов внутренних дел является неотъемлемой составляющей этого процесса. Повышение доверия граждан к органам внутренних дел будет способствовать их эффективной деятельности, снижению социальной напряженности и криминализации общества [Walsh, O'Connor]. Таким образом, необходимо определить основные направления совершенствования социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел.

Теоретическая и эмпирическая основа исследования. Теоретико-методологическую основу статьи составили работы Передни Д.Г., Шаркова Ф.И., Гавра Д.П. [Передня; Шарков, Баранова; Шарков, Юдина; Гавра]. Эмпирические подходы к формированию имиджа органов внутренних дел заложены в исследованиях на тему «Имидж органов внутренних дел», проведенного методом анкетного опроса среди населения (1194 чел.) и сотрудников организации (350 чел.) в октябре 2022 г. [Алексеенок и др.]

При написании программы и составлении инструментария исследования использовались результаты эмпирических исследований проведенных в социологической лаборатории кафедры социологии и социальных технологий по данной проблематике Среднерусского института управления – филиала РАНХиГС [Меркулов и др. 2022; 2021].

На основе проведенного эмпирического бало доказано, что наиболее эффективным для формирования позитивного имиджа органов внутренних дел является социально-технологический подход. Данный подход необходимо применять поэтапно в логической последовательности. Согласно представленному теоретическому алгоритму действий, основанному на выделенных этапах, совершенствование социальных технологий необходимо проводить по следующим направлениям: сегментирование, позиционирование, конструирование, укоренение [см., например: Передня 2016; 2021]. Данные направления были выделены, обоснованны и содержательно наполнены применительно к деятельности органов внутренних дел в ракурсе социально-технологического подхода к формированию их позитивного имиджа, на основании проведенных эмпирических исследований среди населения и сотрудников ведомства [Алексеенок и др.]

Сегментирование – установление более строгого отбора кандидатов для прохождения службы в органах внутренних дел; повышение требований к квалификации сотрудников, их профессиональным и личностным качествам, физической и психологической форме, повышение уровня культуры и образования полицейских посредством организации обучения, организации конкурсов профессионального мастерства.

Позиционирование – освещение деятельности органов внутренних дел через средства массовой информации, создание наглядной и доступной атрибутики, которые непосредственным образом скажутся на формировании имиджа ведомства в различных сегментированных группах; выпуск социальной рекламы, популяризирующей основные действия сотрудников органов внутренних дел.

Конструирование – проведение открытых конструктивных дискурсов, касающихся проблем социальной безопасности и правопорядка, повышение культуры публичного общения представителей органов внутренних дел с населением; проведение PR-компаний и массовых мероприятий с сотрудниками данных правоохранительных органов; создание передач, в которых освещались бы героические поступки, высокий профессионализм, новейшие методики деятельности сотрудников органов внутренних дел; проведение мероприятий, на которых происходит анализ и подбор определенных архетипов, подбор символических образов, подходящих для современной ситуации, вырабатываются желательные социальные действия сотрудников органов внутренних дел.

Укоренение – закрепление имиджа органов внутренних дел в сознании населения с помощью повышения эффективности их деятельности, взаимодействия сотрудников и населения в решении различных проблем, закреплении в сознании населения образа сотрудника органов внутренних дел как высокопрофессионального, компетентного, честного и неподкупного гражданина.

Направления формирования позитивного имиджа органов внутренних дел

Основная задача, которая ставится сейчас перед руководством органов внутренних дел, в рамках проведения их реформирования – формирование положительного имиджа сотрудников ведомства. В связи с этим необходимо в первую очередь обратить внимание на профессиональные качества, так как именно высокий уровень профессионализма является основной доминирующей составляющей формирования положительного образа органов внутренних дел [Алексёнок А.А. и др.].

Под высоким уровнем профессионализма понимается в первую очередь:

– умение находить наиболее эффективные решения и верные выходы из любых создавшихся сложных ситуаций, в которых оказываются люди, обратившиеся за помощью в органы внутренних дел, а также реализовывать их на практике. Для достижения высокого уровня профессионализма необходимо постоянное повышение квалификационного уровня, уровня правовой культуры. Таким

образом, профессионализм сотрудников органов внутренних дел, на уровне организации, включает в себя:

- высокий уровень правовой и организационной культуры: творческий подход к применению современных знаний, навыков и передового опыта при исполнении профессиональных обязанностей;
- личностно-ориентированный (с учетом всех профессиональных и личностных достижений сотрудников) подход в формировании кадрового потенциала;
- дифференцированное использование профессионально-творческого потенциала сотрудников.

В процессе формирования имиджа в целом и сотрудников в частности необходимо проводить работу по следующим трем направлениям.

1. Направление, связанное с формированием делового имиджа – в том числе на основе таких качеств, как понимание и соблюдение строгой иерархичности в выстраивании субординационных, координационных и реординационных отношений, как на горизонтальном, так и на вертикальном уровнях власти [Сальников, Гаврилин]. По указанному направлению необходимо проводить работу, связанную с исполнительностью, дисциплинированностью, формированием этики делового общения. Основным результатом работы по данному направлению должна стать удовлетворенность населения, обратившегося в органы внутренних дел, качеством и профессионализмом оказанных услуг.

2. Направление, связанное с формированием визуального имиджа – учитывая, что визуальный имидж представляет собой определенный четкий яркий наглядный образ (предмета, работника, организации), который формируется у человека мгновенно при первичном визуальном контакте. Поэтому для его формирования необходимо, чтобы помещения, в которых находятся органы внутренних дел, были оформлены в спокойной цветовой гамме (фасады зданий, приемные, кабинеты), внешний вид сотрудников, манера их общения также располагали к беседе; выпускать соответствующую рекламную продукцию в форме ярких, максимально информативных буклетов, баннеров, плакатов, где в лаконичной форме будет содержаться информация о деятельности органов внутренних дел, их подвигах, трудовых заслугах и достижениях.

3. Направление, связанное с формированием социального имиджа – в том числе, предполагает развитие у сотрудников организации такие качества, как дисциплинированность, ответственность, верность долгу, профессионализм, уважительные отношения к населению [Леонова]. По указанному направлению необходимо проводить работу, связанную с удовлетворением запросов и ожиданий граждан, повышению этико-правовой культуры сотрудников, несением полной ответственности за выполнение служебной деятельности. Профессионализм сотрудников, удовлетворенность населения оказываемыми услугами, социальная поддержка граждан, четкое соблюдение Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации – необходимые факторы, формирующие имидж органов внутренних дел.

Одной из составляющих формирования имиджа органов внутренних дел является процесс создания корпоративной идентификации, и в связи с этим встает вопрос о различиях между корпоративной идентификацией и корпоративным имиджем. Под термином «корпоративная идентификация» понимаются физические и визуальные средства коммуникации, опираясь на которые организация презентует себя для общества. В данном ракурсе корпоративная идентификация выступает как определенная стратегическая доктрина, парадигма, которая нуждается в тщательном планировании и прогнозировании (в этом будет заключаться основная сущность социально-технологического подхода в формировании имиджа органов внутренних дел с точки зрения социологии управления).

Основой корпоративной идентификации органов внутренних дел является установление доверительных отношений с гражданами, плодотворное сотрудничество как внутри организации, так и за ее пределами, установление взаимодействия с другими органами власти, без которого эффективность деятельности ведомства невозможна.

Корпоративная идентификация любой социальной организации включает в себя следующие элементы: (1) визуализация (создание логотипа, цветовое решение, атрибутика, внутренний и внешний дизайн зданий, офисов, помещений, униформа и знаки отличия, рекламные слоганы и т.п.); (2) создание системы корпоративной коммуникации (установка эффективных деловых отношений внутри организации согласно строгой системе иерархии (отношения субординация, координация, реординация), отношения эффективных связей с общественностью, создание результативной системы информирования граждан о деятельности организации, мессиджи и т.п.); (3) выработку определенного корпоративного поведения сотрудников (организационная культура, этическая и нормативная культура, поведение, связанное с управленческим взаимодействием, поведение, связанное с выполнением должностных обязанностей, и т.п.).

Для наиболее эффективного управления служебным поведением сотрудников любой организации в целом и у органов внутренних дел в частности руководители применяют социально-психологические и морально-этические методы управления. Остановимся на характеристике данных методов более подробно.

Управление корпоративным поведением сотрудников органов внутренних дел

Социально-психологические методы в управлении корпоративным поведением сотрудников органов внутренних дел. Для повышения эффективности деятельности сотрудников, в том числе и сотрудников силовых ведомств, целесообразно использовать наряду с административными и экономическими и социально-психологические методы, которые связаны с воздействием на сознание сотрудников, понимании ими смысла, который заложен в выполняемых действиях.

Социально-психологические методы управления служебным поведением сотрудников базируются на проведении различного рода исследований, которые в зависимости от способа проведения группируются следующим образом:

- опросные методы (различного рода анкетирования, формализованные и глубинные интервью, кейс-стади, фокус-группы и т.д.);
- наблюдение (включенное, не включенное, точечное, систематическое, формализованное и т.п.);
- контент-анализ (работа с документацией, содержащей информацию о результатах деятельности сотрудников, статистической информацией и т.п.).

Одним из новых направлений в работе с кадровым составом организации является психологическое планирование. Данное направление помогает сформировать благоприятный эмоциональный климат в коллективе, который, как неоднократно упоминалось выше, является одной из неизменных составляющих формирования имиджа организации. Работу по указанному направлению ведут сотрудники специально созданных для этой цели социально-психологических служб поддержки формирования комфортного психолого-эмоционального климата в организации. Действие таких служб основывается на применении наряду с социально-психологическим и морально-этических методов.

Морально-этические методы в управлении корпоративным поведением сотрудников органов внутренних дел. Особенностью морально-этических методов в управлении корпоративным поведением сотрудников любой организации является их обращение к нравственным качествам человека, его сознательности, честности, ответственности, совести, чувству долга и достоинства. Применение этой категории методов в организации деятельности сотрудников ведомства направлено подразумевает создание эмоционально-психологического климата в коллективе, который бы способствовал решению профессиональных задач любой сложности. Опыт раздела социологии управления, посвященного исследованию различных управленческих методов, применяющихся в организации для повышения эффективности ее деятельности, свидетельствует о том, что именно применение морально-этических методов способствует повышению результативности деятельности сотрудников любой организации, так как они затрагивают нравственные составляющие каждого сотрудника, вызывая к его моральным принципам и воздействуя на его нравственные стороны.

Основной целью данных мер является повышение организационной и правовой культуры сотрудников органов внутренних дел, которое отразится на повышении эффективности их деятельности, что в свою очередь непосредственно повлечет за собой повышение авторитета ведомства среди населения, и формировании позитивного имиджа ведомства. Служба в органах внутренних дел подразумевает под собой постоянную связь с гражданами, поддерживаемую посредством четко налаженной системы коммуникации, основанной на соблюдении этических норм и взаимном уважении [Гаврилин]. Правила поведения,

обязательные для сотрудников органов внутренних дел, базируются на нормах морали, поэтому ее значение неукоснительно растет в процессе взаимоотношений между ведомством и населением.

Кодекс этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел

В связи с формированием имиджа органов внутренних дел необходимо акцентировать внимание на Кодексе этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации, который был принят в 2020 году. До появления Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации¹ МВД практически семь лет руководствовалось Кодексом государственных и муниципальных служащих.

Президент В.В. Путин в 2002 году отметил важность этического аспекта деятельности работников, чья деятельность связана с госслужбой приняв Указ Президента Российской Федерации от 12 августа 2002 года № 885 «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих», а также Федеральный закон Российской Федерации от 2 марта 2007 года № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации».

В Указе Президента документально зафиксировано, что государственные гражданские служащие при исполнении своих непосредственных должностных обязанностей должны неукоснительно придерживаться определенных правил, в случае неисполнения или неполного исполнения которых к ним будет применено дисциплинарное взыскание.

В ст. 18 Закона №79-ФЗ от 27 июля 2007 года «О государственной гражданской службе РФ» постановлено, что госслужащий обязан:

- исполнять должностные обязанности добросовестно, на высоком профессиональном уровне;
- проявлять корректность в обращении с гражданами;
- проявлять уважение к нравственным обычаям и традициям народов РФ;
- учитывать культурные и иные особенности различных этнических и социальных групп, а также конфессий;
- не допускать конфликтных ситуаций, способных нанести ущерб его репутации или авторитету государственного органа.

Кодекс этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации (далее Кодекс) разработан на основе положений Конституции 37 Российской Федерации и 49 Федерального закона от 30 ноября 2011 года N 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, N 49, ст. 7020; 2019, N 51, ст. 7484.

¹ Приказ от 26 июня 2020 г. N 460 «Об утверждении Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации».

Кодекс включает в себя следующие разделы.

1) Основные этические требования к сотрудникам органов внутренних дел, такие как:

- воспринимать жизнь, здоровье, права и свободы граждан как первостепенную ценность;
- выстраивать приоритеты в сторону государственных и служебных интересов над личными;
- неукоснительно соблюдать законодательство РФ, являя себя примером для остального населения;
- проявлять отвагу и мужество перед лицом опасности, при пресечении неправомерных действий правонарушителей;
- принимать в учет этнические традиции и обычаи титульного и не титульного населения, религиозные чувства верующих, устранять и сглаживать этнические и конфессиональные разногласия, противоречия и конфликты.

2) Основные предписания к сотруднику органов внутренних дел при исполнении служебных обязанностей и во внеслужебное время:

- соблюдать деловой стиль общения, иметь высокий уровень самодисциплины и организационной культуры, выражающийся в таких качествах, как ответственность, обязательность, чуткость, аккуратность, внимательность;
- соблюдать культуру делового письма и делового общения; полностью устранить из речи грубость, жаргон, обшечную лексику;
- стремиться выстраивать взаимоотношения с коллегами на основе взаимного уважения, товарищества, партнерства, взаимовыручки и взаимопомощи;
- быть объективным и непредвзятым к оценке деятельности коллег, сослуживцев и подчиненных;
- соблюдать культуру управления транспортными средствами;
- соблюдать чувство меры, скромность при оборудовании рабочего места.

3) Для сотрудника органов внутренних дел являются неприемлемым:

- использование служебного положения в собственных интересах;
- стремление извлечь материальную или прочую выгоду из своего должностного положения;
- предвзятость при определении мер наказания за содеянное происшествие независимо от личной заинтересованности, родственных или дружеских связей с правонарушителем;
- грубое, жестокое или неправомерное поведение по отношению к правонарушителю, независимо от тяжести совершенного им деяния;
- участие в конфликтной ситуации на одной из сторон; проявление эмоций при исполнении служебного долга;
- употребление алкоголесодержащих напитков накануне или во время службы; табакокурение в ходе выполнения служебных обязанностей или в неположенном месте.

4) Дополнительные требования к сотрудникам, занимающим руководящие должности:

- являться личным примером выполнения всех пунктов настоящего кодекса;
- проявлять требовательность и строгость как к подчиненным (не зависимо от личных симпатий), так и к себе лично;
- проявлять уважительное отношение к сотрудникам независимо от занимаемой ими должности;
- избегать протекционизма;
- справедливо распределять задания между подчиненными и требовать их неукоснительного исполнения, в противном случае применять неизбежные негативные санкции;
- способствовать формированию непринужденного и комфортного климата в коллективе;
- вникать в личные нужды и проблемы работников, даже не касающиеся их прямых профессиональных обязанностей.

5) Требования к внешнему виду сотрудников органов внутренних дел:

- обязательное ношение формы и прочей атрибутики ведомства;
- отсутствие дополнительных аксессуаров и украшений;
- короткая стрижка и отсутствие растительности на лице у мужчин;
- аккуратно собранные волосы и отсутствие яркого макияжа у женщин.

6) Требования к обращению со служебной информацией:

- соблюдать конфиденциальность, осторожность, не допускать разглашения и утечки информации, даже неосознанной;
- не проявлять излишнюю активность в общении через социальные сети, минимизировать свое пребывание в них;
- не публиковать в социальных сетях личную информацию, фото- и видеоснимки, особенно в служебной форме и военной атрибутикой.

Соответствие всем перечисленным требованиям кодекса затруднительно, в особенности для сотрудников, вновь поступивших на службу. Речь идет о выработке определенных нравственных и моральных качеств, которым сотрудник органов внутренних дел должен следовать всю свою жизнь без каких-либо исключений.

Соблюдение перечисленных требований достигается проведением регулярных этических тренингов, способствующих не только закреплению информации, содержащейся в Кодексе этики, но и позволяющих воплощать предписания кодекса на практике.

В процессе проведения тренингов целесообразно применять различные наглядные материалы (видеофильмы, ролики с социальной рекламой, мотивирующие короткометражки, фотоматериалы) проводить ролевые игры, кейс-стади, проводить живые дискуссии, касающиеся реальных фактов общественной жизни, обсуждать различные нравственные проблемные ситуации в формате дискусионных площадок, мастер-классов, круглых столов и т.п. Моральные нормы и нормы этикета помогут стандартизировать и оптимизировать общение с коллегами,

начальством, гражданами, не задумываясь над способами своего поведения, а сосредоточившись только на содержании. Все это укрепит уверенность в собственных действиях, создаст чувство психологического комфорта [Проказина].

Рекомендации. Резюмируя вышесказанное, необходимо выработать основные направления совершенствования социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел. Данные направления будут заключаться в следующем:

- ужесточить меры юридической ответственности за нарушение административно-правовых, нравственных норм сотрудниками органов внутренних дел независимо от занимаемой ими должности;
- усилить меры по борьбе с коррупцией;
- проводить назначения на определенные должности по результатам конкурсного отбора наиболее достойных сотрудников, показавших лучшие результаты в тестовых, экзаменационных испытаниях, проявивших себя с лучшей стороны в процессе службы;
- на постоянной основе внедрить в деятельность органов внутренних дел реально действующую систему управления качеством, которая позволит не на бумаге, а в реальном виде провести переориентацию деятельности всех без исключения сотрудников с государственной службы на службу Родине и Отечеству;
- все наиболее значимые управленческие решения принимать в форме обязательных открытых обсуждений, что поможет обеспечить прозрачность и открытость деятельности органов внутренних дел;
- повсеместно внедрять в деятельность ИТ-технологии, ввести систему электронного управления;
- организовывать на постоянной основе повышение квалификации сотрудников;
- налаживать коммуникацию с населением для выявления проблемных аспектов и путей их решения;
- освещать все направления деятельности, особо акцентируя внимание на положительных результатах.

Имидж органов внутренних дел формируется настойчиво и ежедневно и не может создаваться спонтанно, так как это является итогом непростой, продуманной стратегии, направленной на формирование, продвижение и улучшение положительного имиджа ведомства в глазах населения [Hu, Rodgers, Lovrich].

Необходимо создать основательный имидж сотрудника органов внутренних дел, включающий: определение основных задач и целей; неукоснительное соблюдение Кодекса этики и служебного поведения сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации; формирование корпоративной культуры органов внутренних дел (обычаев, идей, системы ценностей) для создания норм поведения сотрудников; обучение сотрудников основам формирования успешного имиджа и результативной коммуникации [Сальников, Кирюхина].

Необходимо регулярно проводить мониторинг общественного мнения касаясь восприятия имиджа органов внутренних дел населением, используя все возможные количественные и качественные социологические методы, такие как опросы, контент-анализы, фокус-группы и нарративные интервью. Огромную роль в данном направлении может сыграть формирование собственного потока информации с помощью стратегического управления независимыми средствами массовой информации [Bullock]. Менеджмент новостей: четкий подбор цитат, расстановка акцентов, использование эмоциональных материалов, интерпретация. Только комплекс мер по улучшению взаимосвязи ведомства с населением и изменению стратегии связей со средствами массовой информации может привести к положительному результату решения задач по формированию позитивного имиджа органов внутренних дел [O'Connor, Zaidi].

Заключение. Эффективность деятельности органов внутренних дел во многом зависит от конструктивного взаимодействия с населением. Для установления доверительных отношений населения с органами внутренних дел, основанных на взаимоуважении и взаимопонимании необходимо формирование положительного имиджа ведомства, которое возможно только при грамотном управлении данным процессом. Работа по формированию положительного имиджа органов внутренних дел представляет собой совокупность согласованных сопряженных и методичных действий, направленных на население, представителей других силовых ведомств, и поднятие престижности и авторитетности самой власти.

Совершенствование социальных технологий формирования позитивного имиджа органов внутренних дел необходимо проводить поэтапно в логической последовательности. Согласно представленному теоретическому алгоритму действий, основанному на выделенных этапах, совершенствование социальных технологий необходимо проводить по следующим направлениям: сегментирование, позиционирование, конструирование, укоренение.

Источники

Алексеев А.А., Каира Ю.В., Кирюхина Ю.В. (2018). Имидж органов внутренних дел в субъективных оценках россиян: социологический мониторинг // Среднерусский вестник общественных наук. Т. 13. № 6. С. 29-42. <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2018-13-6-29-42>. EDN: MJOHRZ

Гавра Д.П. (2021). Стратегические коммуникации и тексты стратегических коммуникаций: к теоретическому обоснованию категорий // Российская школа связей с общественностью. № 22. С. 10-30. EDN: HQAANN

Гаврилин С.А. (2021). Формирование положительного медийного образа сотрудников органов внутренних дел Российской Федерации // Среднерусский вестник общественных наук. Т. 16. № 5. С. 41-54. <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2021-16-5-41-54>. EDN: IXMULA

Леонова И.А. (2021). Нравственное воспитание и имидж сотрудника ГИБДД // Современная наука. № 5. С. 77-79. <http://doi.org/10.53039/2079-4401.2021.7.5.017>. EDN: AZUPGN

Меркулов П.А., Алексеев А.А., Леонова О.В., Михалев И.В. (2021). Информационный бюллетень социологической лаборатории. Орел: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС. EDN: KNANTT

Меркулов П.А., Алексеенко А.А., Каира Ю.В. (2022). Информационный бюллетень социологической лаборатории. Орел: Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС. EDN: YNPQD

Передня Д.Г. (2021). Управленческая культура органов внутренних дел как фактор, влияющий на имидж этой организации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. № 3 (844). С. 230-241. http://doi.org/10.52070/2500-347X_2021_3_844_230. EDN: QPHDMI

Передня Д.Г. (2016). Технология формирования имиджа органов внутренних дел // Труды Академии управления МВД России. № 1 (37). С. 36-41. EDN: VRDKMV

Проказина Н.В. (2021). Человек будущего: социальное поведение, идентичность, установки молодежи в новой реальности // Социологические исследования. № 5. С. 155-156. <http://doi.org/10.31857/S013216250014124-9>. EDN: RURKMI

Сальников Е.В., Гаврилин С.А. (2022). В.В. Лукьянов и формирование научного подхода к системе обеспечения безопасности дорожного движения // Научный вестник Орловского юридического института МВД России имени В.В. Лукьянова. № 2 (91). С. 18-25. EDN: MYSWOY

Сальников Е.В., Кирюхина Ю.В. (2022). Современные практики использования видеохостингов для формирования позитивного имиджа сотрудников органов внутренних дел // Среднерусский вестник общественных наук. Т. 17. № 3. С. 247-265. <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2022-17-3-247-265>. EDN: RGCNPT

Шарков Ф.И., Баранова В.И. (2005). Аудитория и мониторинг СМИ // Социологические исследования. № 10 (258). С. 106-110. EDN: OPCNOB

Шарков Ф.И., Юдина Е.Н. (2013). Регулирование отношений в современном медиапространстве // Коммуникология. Т. 1. № 1. С. 36-43. EDN: RXFYUF

Bullock K. (2018). The police use of social media: transformation or normalization? *Social Policy & Society*. V. 17. No. 2. P. 245-258. <http://doi.org/10.1080/10439463.2016.1177529>

O'Connor C.D., Zaidi H. (2021). Communicating with purpose: Image work, social media, and policing. *The police journal: theory, practice and principles*. V. 94. No. 3. <https://doi.org/10.1177/0032258X2093295>

Hu X., Rodgers K., Lovrich N.P. (2018). 'We are more than crime fighters': social media images of police departments. *Police Quarterly*. V. 21. No. 4. P. 544-572. <https://doi.org/10.1177/109861111878399>

Walsh J.P., O'Connor C.D. (2019). Social media and policing: a review of recent research. *Sociology Compass*. V. 13. No. 1. P. 1-14. <https://doi.org/10.1111/soc4.12648>

■ ■ ■ Social technologies for creating positive image of public security authorities

Merkulov P.A.¹, Alekseyonok A.A.¹, Kiryukhina Yu.V.², Saprykin S.S.¹

1. Central Russian Institute of Management, Orel, Russia.

2. Orel Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov, Orel, Russia.

Abstract. The paper is dedicated to the sociological analysis of social technologies applied for creating a positive image of public security authorities. The authors substantiate the expediency of using a socio-technological approach to the formation of the image of security authorities, ensuring the selection of relevant and adequate content for various target groups

and audiences. Besides, the text represents the components of the image creation that allows us to algorithmize this process, that is, to determine its main directions that, taken together, can lead to an improvement in the image of public security authorities: *segmentation* – identifying target groups of the population differentiated based on their attitude towards internal affairs bodies and having different social attitudes and expectations; *positioning* – determining attributes that will directly affect the formation of the image of internal affairs bodies in various segmented groups; *design* – the formation of an integral characteristic, including the mythological, virtual-stereotypical and concrete levels at which the analysis and selection of certain archetypes, symbolic images suitable for the modern situation takes place, the development of desirable social actions of department employees; *rooting* – the final consolidation and fixation of the image of the department in the minds of the population.

Keywords: social technologies, communication, PR, image, visual image, image of public security authorities

For citation: Merkulov P.A., Alekseyonok A.A., Kiryukhina Yu.V., Saprykin S.S. (2023). Improvement of social technologies for the formation of a positive image of public security authorities. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 3. P. 148-161. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-3-148-161.

Inf. about the authors: Merkulov Pavel Aleksandrovich – DSc (Hist.), Professor, Acting Director, Head of the Department of Political Science and Public Policy of the Central Russian Institute of Management – branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA). Address: 302028, Russia, Orel, Oktyabrskaya st., 12. E-mail: vestniksrvon@mail.ru. ORCID: 0000-0002-3471-5923. Alekseyonok Anna Alekseevna – DSc (Soc.), Professor, Acting Head of the Department of Sociology and Social Technologies of the Central Russian Institute of Management – branch of RANEPA. E-mail: alekseenok-aa@yandex.ru. ORCID: 0000-0001-5178-6857. Kiryukhina Yulia Valerievna – CandSc (Soc.), lecturer at the Department of Social and Humanitarian Disciplines of the Oryol Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia named after V.V. Lukyanova. Address: 302027, Russia, Orel, Ignatova st., 2. E-mail: kir-julia2006@yandex.ru. Saprykin Stepan Sergeevich – postgraduate student of the Department of Sociology and Social Technologies of Central Russian Institute of Management – branch of RANEPA. E-mail: cmenacanep@gmail.com.

Received: 10.07.2023. *Accepted:* 29.08.2023.

References

- Alekseenok A.A., Kaira Yu.V., Kiryukhina Yu.V. (2018). The image of internal affairs bodies in subjective assessments of Russians: sociological monitoring. *Central Russian Bulletin of Social Sciences*. V. 13. No. 6. P. 29-42 (in Rus.). <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2018-13-6-29-42>. EDN: MJOHRZ
- Bullock K. (2018). The police use of social media: transformation or normalization? *Social Policy & Society*. V. 17. No. 2. P. 245-258. <http://doi.org/10.1080/10439463.2016.1177529>
- Gavra D.P. (2021). Strategic communications and texts of strategic communications: towards a theoretical justification of categories. *Russian School of Public Relations*. No. 22. P. 10-30 (in Rus.). EDN: HQAANN
- Gavrilin S.A. (2021). Formation of a positive media image of employees of internal affairs bodies of the Russian Federation. *Central Russian Bulletin of Social Sciences*. V. 16. No. 5. P. 41-54. (in Rus.). <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2021-16-5-41-54>. EDN: IXMULA

Hu X., Rodgers K., Lovrich N.P. (2018). 'We are more than crime fighters': social media images of police departments. *Police Quarterly*. V. 21. No. 4. P. 544-572. <https://doi.org/10.1177/109861111878399>

Leonova I.A. (2021). Moral education and image of a traffic police officer. *Modern science*. No. 5. P. 77-79 (in Rus.). <http://doi.org/10.53039/2079-4401.2021.7.5.017>. EDN: AZUPGH

Merkulov P.A., Alekseenok A.A., Kaira Yu.V. (2022). Sociological Laboratory Newsletter. Orel: Central Russian Institute of Management – branch of RANEPa (in Rus.). EDN: IYHPQD

Merkulov P.A., Alekseenok A.A., Leonova O.V., Mikhalev I.V. (2021). Sociological Laboratory Newsletter. Orel: Central Russian Institute of Management – branch of RANEPa. EDN: KNANTT (in Rus.).

O'Connor C.D., Zaidi H. (2021). Communicating with purpose: Image work, social media, and policing. *The police journal: theory, practice and principles*. V. 94. No. 3. <https://doi.org/10.1177/0032258X2093295>

Perednya D.G. (2016). Technology of forming the image of internal affairs bodies. *Proceedings of the Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. No. 1 (37). P. 36-41 (in Rus.). EDN: VRDKMV

Perednya D.G. (2021). Management culture of internal affairs bodies as a factor influencing the image of this organization. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Social Sciences*. No. 3 (844). P. 230-241 (in Rus.). http://doi.org/10.52070/2500-347X_2021_3_844_230. EDN: QPHDMI

Prokazina N.V. (2021). Man of the future: social behavior, identity, attitudes of youth in the new reality. *Sociological Studies*. No. 5. P. 155-156 (in Rus.). <http://doi.org/10.31857/S013216250014124-9>. EDN: RURKMI

Salnikov E.V., Gavrilin S.A. (2022). V.V. Lukyanov and the formation of a scientific approach to the road safety system. *Scientific Bulletin of the Oryol Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia named after V.V. Lukyanova*. No. 2 (91). P. 18-25 (in Rus.). EDN: MYSWOY

Salnikov E.V., Kiryukhina Yu.V. (2022). Modern practices of using video hosting to create a positive image of employees of internal affairs bodies. *Central Russian Bulletin of Social Sciences*. T. 17. No. 3. P. 247-265 (in Rus.). <http://doi.org/10.22394/2071-2367-2022-17-3-247-265>. EDN: RGCNPT

Sharkov F.I., Baranova V.I. (2005). Audience and media monitoring. *Sociological studies*. No. 10 (258). P. 106-110 (in Rus.). EDN: OPCNOB

Sharkov F.I., Yudina E.N. (2013). Regulation of relations in the modern media space. *Communicology*. V. 1. No. 1. P. 36-43 (in Rus.). EDN: RXYFUF

Walsh J.P., O'Connor C.D. (2019). Social media and policing: a review of recent research. *Sociology Compass*. V. 13. No. 1. P. 1-14. <https://doi.org/10.1111/soc4.12648>