

Жерновой Михаил Васильевич, Шевчук Галина Юрьевна

**РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО
ИМИДЖА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ**

В статье проанализирован социальный стереотип правоохранительных органов, рассмотрены проблемы их взаимодействия со средствами массовой информации, выявлены пути повышения положительного имиджа сотрудников органов внутренних дел. Представлены результаты социологического опроса населения Приморского края, авторы выявляют уровень доверия населения к источникам информации правоохранительной направленности, дают рекомендации по развитию приоритетных направлений в работе органов внутренних дел со средствами массовой информации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2013/7-2/7.html

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и
искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 7 (33): в 2-х ч. Ч. II. С. 33-38. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2013/7-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 314.742.343.9

Юридические науки

В статье проанализирован социальный стереотип правоохранительных органов, рассмотрены проблемы их взаимодействия со средствами массовой информации, выявлены пути повышения положительного имиджа сотрудников органов внутренних дел. Представляя результаты социологического опроса населения Приморского края, авторы выявляют уровень доверия населения к источникам информации правоохранительной направленности, дают рекомендации по развитию приоритетных направлений в работе органов внутренних дел со средствами массовой информации.

Ключевые слова и фразы: средства массовой информации; органы внутренних дел; результаты социологического опроса; полиция; население; уровень доверия; формирование положительного имиджа.

Жерновой Михаил Васильевич, к.ю.н.

*Всероссийский научно-исследовательский институт Министерства внутренних дел Российской Федерации
primvni@mail.ru*

Шевчук Галина Юрьевна

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
artemdvgu@yandex.ru*

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ[©]

В условиях демократизации российского общества общее впечатление и мнение населения об эффективности деятельности органов внутренних дел (ОВД) складывается в результате совокупного влияния личных впечатлений граждан из различных средств массовой информации (СМИ). Тенденции к увеличению открытости и прозрачности в деятельности министерства внутренних дел (МВД) России приняли необратимый характер. Руководство ведомства последовательно отстаивает принципы, определяющие позицию правоохранительных органов, направленную на служение обществу, его институтам, открытость, прозрачность, доступность, взаимопонимание и сотрудничество.

Важная роль в их реализации отводится диалогу власти и общества, этнонациональным сообществам, правозащитным организациям, религиозным конфессиям, научной и творческой интеллигенции, что является основой для укрепления гражданского мира и спокойствия, успешного социально-экономического развития России. В этом диалоге активно участвует МВД России, формируя свою позицию, используя соответствующие методы, механизмы взаимодействия и совместной деятельности.

Одним из приоритетных направлений работы всей системы ОВД и подведомственных им СМИ является исправление сложившихся негативных стереотипов и ориентация общества на формирование положительного имиджа сотрудников ОВД. В данном случае ведомственные СМИ как каналы информации, имеющие свою, вполне определенную специфику, должны играть определяющую роль, которую необходимо учитывать. Деятельность коммерческих СМИ направлена на представление информации, которую редакция считает нужным сообщать, поскольку не относит ее к теме, достойной освещения, или важной, или достаточно интересной. Кроме того, важно также считаться и с такими требованиями к публикуемому в коммерческих СМИ материалам, как «востребованность», «сенсационность», «рейтинг», тираж, коммерческий успех, увеличение количества читателей.

Данное обстоятельство продиктовано тем, что в соответствии с осуществляемой в последние годы административной реформой проводимой в МВД России, принципиальным образом меняется вся концепция деятельности правоохранительных органов. В оценке работы ОВД все большее внимание уделяется эффективности деятельности их сотрудников, направленной на обеспечение безопасности граждан и повышение качества предоставления правоохранительных услуг населению.

Опыт борьбы с преступностью как в СССР, так и в развитых странах свидетельствует о том, что эффективность работы правоохранительных органов во многом зависит от влияния СМИ на формирование гражданской позиции населения, нивелирование «правового нигилизма» граждан и на их отношении к деятельности ОВД. По мнению Т. А. Бондаренко, под имиджем ОВД понимается эмоционально окрашенный образ силового ведомства, создаваемый СМИ и оказывающий психологическое воздействие на различные социальные группы [1, с. 116].

Имидж сотрудников органов внутренних дел связан с устойчивыми стереотипными представлениями массового сознания о социальных качествах личности сотрудников, проявляющихся в профессиональной сфере правоохранительной деятельности. Становясь стереотипом массовой психологии, имидж сотрудников внутренних дел поддерживается ее психологическими механизмами межличностной внутригрупповой и межгрупповой коммуникации, в частности, СМИ, художественными образами и традициями [3, с. 204].

Своей деятельностью СМИ не только информируют население о процессах, происходящих в регионе, стране или мире, но и формируют мнение общества, способствуя развитию и утверждению в нем определенных

стереотипов, соответствующих уровню развития демократии, характерного для данного государства. Без учета общественного мнения и ответной реакции населения на прилагаемые и предпринимаемые усилия по созданию благоприятных условий для жизнедеятельности граждан как составных частей любого государства, как целого невозможно добиться эффективной работы ОВД. При этом одной из приоритетных задач современной России, реализуемых в данном направлении, является равновесие интересов государства и населения, направленных на защиту конституционных прав и интересов граждан, их личной безопасности. По данным ВЦИОМ, в 2011 г. в большинстве регионов России увеличилось число граждан уверенных в защищенности своих личных и имущественных интересов (с 34% в 2009 г., 37,9% в 2010 г. до 39% в 2011 г.). Среди федеральных округов наиболее высокий процент уверенных в защищенности своих интересов наблюдается среди жителей Приволжского федерального округа (45%). Наиболее благополучными регионами, где преобладают положительные оценки по данному показателю (доля 57-68%), являются Чукотский АО, республики Алтай, Удмуртия и Вологодская область.

Среди федеральных округов с минимальной уверенностью – Кемеровская, Тульская области, Хабаровский край, Воронежская область, Кабардино-Балкарская Республика (16-26%). Увеличилось количество респондентов, полагающих, что жизнь в стране стала опаснее за последние 5-6 лет, – для Уральского (с 47% в 2010 г. до 57% в 2011 г.) и Дальневосточного федеральных округов (с 52% до 60%).

Оценивая эффективность работы ОВД по обеспечению защищенности населения от противоправных посягательств, 52% опрошенных выразили мнение, что склонны доверять полиции в обеспечении своей личной и имущественной безопасности, противоположной позиции придерживается около 30% респондентов.

К числу регионов с наиболее высоким уровнем доверия полиции (более 70%) можно отнести республики Алтай, Мордовия, Северная Осетия-Алания, Удмуртскую и Чеченскую республики, Тверскую область и Чукотский АО. Минимальный уровень доверия полиции характерен для Ростовской области (25%) и Республики Дагестан (36%). В разрезе федеральных округов максимальный уровень доверия полиции характерен для участников опроса в Приволжском федеральном округе (58%), а минимальный – в Южном федеральном округе (47% – указали на доверие, 41% – на его отсутствие).

При оценке различных ситуаций с точки зрения посягательств на жизнь, здоровье, имущество респонденты отмечали, что наиболее опасным местом являются автомагистрали, улицы, дворы (53% – в дневное время, 60% – в вечернее) [6, с. 135].

В то же время интересы общества, государства в целом состоят из интересов отдельных индивидов, групп, в которые они входят или создают, интересов отдельных хозяйствующих субъектов или их групп. При этом следует иметь в виду, что интересы представителей различных слоев общества и его функциональных элементов в определенные периоды времени вступают в противоречия друг с другом и не всегда совпадают.

Сегодня без единства интересов государства и населения, без социального партнерства граждан, общественных организаций и правоохранительных органов предотвратить рост преступности вряд ли возможно. Это нужно для того, чтобы сохранить доверие граждан, повысить их участие в противодействии преступности и сформировать общественное мнение, отражающее позиции населения в вопросах деятельности ОВД и других правоохранительных организаций. Необходимо отметить, что информация, представляемая СМИ о работе ОВД, не всегда объективно отражает их деятельность, иногда бывает ненаправленной на формирование в обществе реальной картины борьбы с преступностью, её многообразием и существующими проблемами.

В этих условиях отстаивание интересов системы МВД России, активная позиция ОВД по защите своей репутации, чести и достоинства своих сотрудников реально способствуют формированию положительного образа сотрудника полиции [5].

Формирование негативного мнения населения о деятельности правоохранительных органов главным образом происходит из-за недостаточно эффективного использования ОВД инструментальных возможностей СМИ, несмотря на положительную тенденцию расширения взаимных контактов между журналистами и ОВД для регулярного обмена имеющейся информацией.

Проведение преобразований, направленных на формирование в России демократического государства, способствовало увеличению количества публикаций правовой тематики в различных информационных источниках, вследствие чего достоянием общественности сегодня становится информация, факты, события и сведения, которые раньше были закрытыми для обсуждения.

Вырос интерес СМИ к информации о характере преступлений, о личности граждан, обвиняемых (подозреваемых) в их совершении, о мерах пресечения, избранных в отношении таких лиц, о динамике преступности, о мерах, принимаемых по предупреждению и профилактике правонарушений, о ходе расследования уголовных дел, преступлений и т.д. При доведении информации до населения, следует учитывать и возросшую внутреннюю конкуренцию среди СМИ – традиционных (печатных, радио, телевидение) и электронных (Интернет), которые характеризует оперативность, и доступность в информационном отношении для широких слоев населения, что позволяет им обеспечивать своевременную актуализацию информации и расширение географии вещания.

Сегодня СМИ стали выступать в качестве связующего звена между ОВД и населением, рассматривая его как дополнительный источник информации для проведения оперативных мероприятий, получения содействия, а также как средство формирования установок и стереотипов общества, повышения престижа деятельности правоохранительных органов. В свою очередь, в ОВД вырос интерес к сведениям, полученным в ходе журналистского расследования, о фактах нарушения закона, о действиях, содержащих признаки преступления, о нарушении прав и свобод граждан, интересов государства.

Все это в целом принесло ожидаемый, позитивный результат, но возможности СМИ до сих пор не используются ОВД в полном объеме, и пока нет выработанной системы их эффективного взаимодействия. По мнению

Т. А. Бондаренко, Дальневосточный федеральный округ (ДФО) обладает определенными особенностями, к которым относят географическую удаленность от федеральных органов власти, что значительно ослабляет контроль за деятельностью различных государственных структур, ведет к формальной подотчетности; исторически обусловленный высокий уровень криминальной зараженности населения; наличие местных преступных сообществ, переориентированных на криминальную деятельность международного характера и т.д.

Все это, оказывает влияние и на черты социального стереотипа правоохранительных органов в ДФО, под которым понимается упрощенное, схематизированное представление о социальном объекте (группе, работниках), зачастую искаженное, обладающее большой устойчивостью [2, с. 99].

При подготовке настоящей статьи были использованы результаты анкетирования 1568 жителей городов Приморского края, проведенного нами в 2011 году, а также данные опросов, проводимых ВЦИОМ, ФОМ в 2009, 2010, 2011 гг. [6, с. 117].

В результате проведенного исследования был определен уровень общественного доверия и поддержки ОВД со стороны населения, проведена оценка социальных рисков и опасений граждан, состояния защищенности граждан от противоправных посягательств, а также виктимность населения по различным видам преступлений. Респондентов спрашивали о типичных источниках сведений о работе ОВД, впечатлениях об объективности СМИ, а также об эмоциональном настрое после получения информации в рамках криминальной тематики.

В проведенном исследовании участвовали жители городов Владивостока, Уссурийска, Артема, Находки, Дальнегорска, Дальнереченска. В качестве цели при проведении анкетирования населения вышеуказанных населенных пунктов рассматривалось определение информационных источников, выступающих основными поставщиками сведений об ОВД, выявление предпочтения респондентов по виду подачи информации об их деятельности, уровень доверия и степени влияния центральных и региональных СМИ на формирование у населения позитивной оценки работы правоохранительных органов.

В ходе исследования были получены следующие результаты:

– для 90% респондентов наиболее востребованным информационным источником является телевидение, которое пользуется наибольшим одобрением у 65% опрошенных.

По рейтингу популярности телеканалов на первом месте находится «Первый» – его смотрят более 80% респондентов (доверяют 39% опрошенных), на втором месте – телеканал «Россия» (66%), на третьем – НТВ (55%), на четвертом месте – СТС (29%). Уровень доверия к каналам «Россия» и НТВ – 17%, но аудитория у НТВ менее возрастная, чем у РТР;

– для 82% опрошенных, источником информации являются печатные издания, уровень доверия к которым составляет 66%.

Из печатных СМИ респонденты отдают большее предпочтение газетам (81%), чем журналам (40%). Из газет наиболее востребованными являются региональные и местные печатные издания (42%), 1/6 часть опрошенных предпочитает газеты «Аргументы и Факты» (15%), «Комсомольская правда» (15%), «Российская газета» (20%). К региональным изданиям у респондентов больший уровень доверия, а к газетам «АиФ» (9%) и «Комсомольская правда» (7%).

Около 60% респондентов слушают радио, которое по востребованности заметно уступает и телевидению и печатным СМИ.

В то же время уровень доверия к информации, предоставляемой с помощью радио, сопоставим с телевидением, и составляет 70% от числа опрошиваемых.

Наибольшим уровнем доверия пользуются радиостанции «Маяк» (9%), «Россия» (8%), «Русское радио» (5%). Предпочтение информации радиостанций «Маяк» и «Россия» отдают респонденты старшего возраста.

Около 30% респондентов являются пользователями Интернет, но при этом только 60% опрошенных ответили, что они «вполне» или «скорее» доверяют данному источнику информации.

В целом, по мнению респондентов, основными недостатками в деятельности СМИ являются: сокрытие определенных фактов и событий (26%) и их недостоверное освещение, «предвзятое толкование фактов» (20%), «недостоверность информации» (18%). В свою очередь, среди достоинств СМИ респонденты отмечают оперативность в получении информации (40%), возможность получения информации по любым интересующим разделам и темам (21%). В основном лидирующие позиции по уровню доверия занимают центральные СМИ, которым в той или иной степени доверяют 78% опрошенных, из них «скорее» доверяет 51%, «вполне» доверяет 27%, 74% опрошенных доверяют региональным (областным, краевым, республиканским), и 71% – местным СМИ.

Уровень материального благосостояния также является фактором, влияющим на доверие к СМИ. Среди респондентов с высоким уровнем материального благосостояния 87% с доверием относятся к информации, передаваемой по телевизору, 77% – в печатных СМИ, 74% – транслируемой по радио, 74% – размещенной в Интернете.

Восприятие информации размещаемой в СМИ населением Приморского края в целом сравнимо с обще-российским уровнем, но в качестве отличий можно выделить, что в Приморье несколько ниже уровень доверия как к СМИ в целом, так и к их отдельным источникам.

Одним из существенных недостатков в деятельности СМИ около 30% опрошенных отметили «сокрытие определенных фактов и событий». Телевизор является источником информации для 89% опрошенных. Печатные СМИ и в Приморье, и в России в целом читают около 80% опрошенных. Количество респондентов, не читающих газеты в Приморье, составляет 20% (по России в целом 19%), не читающих журналы – 65% (по России – 60%). Радио и Интернет являются источниками информации для 49% и 13% жителей Приморья соответственно. Уровень доверия населения к СМИ в городах Приморского края представлен в Таблице 1.

Таблица 1.

Уровень доверия населения к СМИ в городах Приморского края, в % от выборки

Город	Телевизор	Печатные СМИ	Радио	Интернет
Владивосток	39	47	48	40
Уссурийск	40	50	51	43
Артем	40	54	49	38
Находка	43	52	49	42
Дальнегорск	45	55	52	35
Дальнереченск	43	53	51	37

О своем недоверии к информации, размещаемой в СМИ, заявили 35% респондентов, проживающих в Приморском крае, заявляя при этом, что видят в них инструмент пропаганды, используемый органами государственной власти или собственниками СМИ.

Но в целом уровень доверия к большинству СМИ остается достаточно высоким – более высоким, чем к любому другому политическому или социальному институту в России.

Рейтинг тематики, вызывающей интерес у жителей Приморья, возглавляет информация правоохранительной направленности, криминальная хроника, которые вместе с сообщениями о происшествиях составляют 51%. Второе место по степени популярности занимают международные отношения (48%), третье – события из мира культуры и искусства (46%), на четвертом месте – политические новости (43%), которые замыкают группу наиболее популярных тем. При этом только 30% опрошенных приморцев, из тех, кто предпочитает правоохранительную тематику, ответили, что им интересны аналитические программы (Владивосток - 35%, Уссурийск – 32%, Артем – 27%, Находка – 32%, Дальнегорск- 28%, Дальнереченск – 25%). При проведении анкетирования респондентам был задан вопрос: «Какая информация о деятельности ОВД интересует вас больше всего?» (см. Таблица 2).

Таблица 2.

Интерес к информации, размещенной в СМИ о деятельности ОВД, в % от выборки

Город	О раскрытии преступления	О проблемах работы приморских ОВД	Организация работы ОВД (кадровые вопросы, графики приема населения, назначения, реорганизация, наказания и т.д.)
Владивосток	35	15	35
Уссурийск	30	16	31
Артем	25	11	29
Находка	28	13	15
Дальнегорск	30	10	13
Дальнереченск	30	8	15

Вопросы профессиональной подготовки, формирования личностных качеств сотрудников ОВД интересуют 10% опрошенных, а особенности взаимоотношений сотрудников правоохранительных органов и населения – 14%. Возможно, такой разброс ответов респондентов интересующихся вопросами о деятельности ОВД, обусловлен реорганизацией их структуры и событиями, происходящими в жизни российского общества в последнее время. Информация о работе правоохранительных органов различными СМИ формирует у населения чувства, которые по степени значимости выглядят следующим образом: у 40% опрошенных существует страх перед преступностью, чувство личной незащищенности; у 26% – присутствует возмущение по поводу фактов нарушения прав граждан сотрудниками ОВД; у 25% – присутствует возмущение по поводу неэффективной работы ОВД; у 15% – выражается сочувствие к сотрудникам правоохранительных органов, понимание проблем их службы; у 8% – присутствует восхищение смелостью, героизмом, профессионализмом сотрудников ОВД.

По данным ВЦИОМ на оценку эффективности деятельности полиции по обеспечению личной безопасности для 53% респондентов более всего повлияли теле- и радиопередачи, еще 35% отметили публикации в печатной прессе. Сравнение результатов с 2009 г. по 2011 г. показало, что в 2011 г. существенно выросла доля ответов респондентов, указывающих на важность влияния СМИ при формировании представлений о работе ОВД.

Так, на воздействие новостных, публицистических теле- и радиопередач в 2009 г. указывало 44% опрошенных, а в 2011 – уже 53%. Аналогичный рост наблюдается и по публикациям в прессе – с 28% до 35%. Использование интернет-источников увеличилось с 7% в 2010 г. до 13% в 2011 г. По мнению 28% респондентов работа ОВД получает объективное освещение в СМИ. Около половины (46%) уверены, что ситуация в разной степени приукрашивается, причем за последний год их доля выросла (с 36% в 2010 г.) [Там же, с. 141].

В то же время, по данным серии обследований Левада-Центра, проводившихся в 2004-2012 гг., лишь 25-30% россиян в той или иной форме доверяют полиции, но свыше 80% отмечают беззаконие с её стороны, свыше 70% не считают себя защищенными от полицейского произвола, около 60% говорят о разложении

этой системы, которое уже невозможно скрыть. Эти цифры устойчивы на протяжении последних 8 лет, они не изменились после реформы с переименованием [4, с. 16].

Эффективность реагирования на публикации, размещенные в печатных СМИ (по решению судебных органов, через аккредитованных в ОВД журналистов и т.д.) с целью формирования положительного имиджа сотрудника правоохранительных органов, зависит от соблюдения следующих условий, а именно:

- размещаемая информация должна отвечать потребностям населения, т.е. быть актуальной и востребованной;
- материал должен демонстрировать стремление к налаживанию партнерских отношений с обществом;
- информация должна убедить людей в необходимости принятия активного участия в оказании содействия ОВД;
- информация должна быть направлена на преодоление существующих психологических барьеров в отношении к ОВД;
- наличие «обратной связи» с аудиторией, для предотвращения культивирования образцов поведения, идущих вразрез с традиционными представлениями о правах и обязанностях граждан.

Изменение в лучшую сторону имиджа работника ОВД невозможно без осознания в обществе непреложного факта, что он должен быть обеспечен достойным денежным содержанием, пакетом реальных и значимых социальных гарантий, т.е. материально и «психологически» мотивирован для выполнения своих профессиональных обязанностей под контролем общества [7, с. 11].

Специфика работы СМИ должна быть заключена в системном информационном воздействии на общественное мнение для преодоления негативных стереотипов, закрепившихся в сознании населения, а также на формирование позитивного имиджа деятельности сотрудников ОВД.

В свою очередь, построение со стороны ОВД конструктивных отношений с обществом заключается в том, что интересы населения становятся первоочередными во всех делах, касающихся поведения граждан как в социальном, так и в моральном отношениях.

Это предполагает, что деятельность ОВД должна всегда служить интересам всех членов общества. Для этого необходимо признать свою социальную ответственность, чтобы отношения с обществом имели эффективные результаты в их принципиально новом понимании. Сегодня руководство МВД России принимает комплекс мер для повышения эффективности работы ОВД по защите чести и достоинства интересов граждан и государства от любых противоправных действий. В связи с этим мнение отдельных граждан и общества в целом о деятельности ОВД и их сотрудников становится важнейшим критерием оценки всей правоохранительной системы государства.

Повысить степень доверия и уважения населения к сотрудникам правоохранительных органов посредством СМИ – одна из задач, которую сегодня решает руководство МВД России. Неэффективная работа полиции снижает доверие к государству и его основным институтам, формирует в обществе атмосферу страха и ощущение незащищенности, подавляет экономическую активность, лишает граждан стимулов платить налоги и тем самым разрушает фискальную политику и т.п.

Наоборот, полиция, пользующаяся уважением и доверием граждан, является непременным условием эффективного государства и социального благополучия. Не случайно отношение к ОВД коррелирует с различными показателями здоровья государства и общества. Общественное мнение по отношению к полиции может рассматриваться как барометр прогресса в том, как правительство служит интересам и нуждам населения [4, с. 33].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о необходимости развития и укрепления ОВД партнерских отношений с обществом и СМИ, совершенствования форм и методов работы в информационном сопровождении деятельности правоохранительных органов, объективного информирования о достигнутых результатах, проблемах, которые возникают в деятельности различных подразделений ОВД и т.д. Здесь существенную помощь может оказать налаживание взаимодействия с журналистами, работниками радиостанций, кинокомпаний и телекомпаний, внештатными авторами, занимающимися освещением деятельности ОВД, вопросами профилактики правонарушений для преодоления существующего в обществе недоверия к работе сотрудников правоохранительных органов в их борьбе с преступностью.

Список литературы

1. **Бондаренко Т. А.** Имидж органов МВД в «милицейских» телесериалах // Социологические исследования. 2006. № 9. С. 114-119.
2. **Бондаренко Т. А.** Стереотип восприятия правоохранительных органов в Дальневосточном регионе // Социологические исследования. 2006. № 1. С. 99-103.
3. **Воспитательная работа с личным составом в системе Министерства внутренних дел Российской Федерации:** учебник / под общ. ред. д.п.н., д.ю.н., проф. В. Я. Кикотя. М.: ЦОКР МВД РФ, 2009. 480 с.
4. **Гимпельсон В. Е., Монусова Г. А.** Доверие полиции: межстрановой анализ / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 234 с.
5. **Защита деловой репутации ОВД в современных условиях** [Электронный ресурс]. URL: <http://admin.ormvd.ru/pubs/15604/> (дата обращения: 13.02.2013).
6. **Изучение общественного мнения об уровне безопасности личности и деятельности органов внутренних дел Российской Федерации:** отчет о научно-исследовательской работе. М., 2011. 225 с.
7. **Практика изучения общественного мнения о деятельности органов внутренних дел:** аналитический обзор. М., 2006. 78 с.

ROLE OF MASS MEDIA IN FORMING POSITIVE IMAGE OF INTERNAL AFFAIRS AGENCY STAFF**Zhernovoi Mikhail Vasil'evich**, Ph. D. in Law*All-Russian Research Institute of Ministry of Home Affairs of the Russian Federation
primvni@mail.ru***Shevchuk Galina Yur'evna***Vladivostok State University of Economics and Service
artemdvgu@yandex.ru*

The authors analyze the social stereotype of law machinery, consider the problems of its interaction with mass media, reveal the ways of increasing the positive image of home affairs agency staff, by presenting the results of a sociological survey of the Primorsky Territory population reveal the level of public confidence to information sources of law enforcement direction, and give recommendations on the development of priority directions in the work of internal affairs agency with mass media.

Key words and phrases: mass media; internal affairs agency; sociological survey results; police; population; level of confidence; positive image formation.

УДК 101.1:316.42

Философские науки

В статье рассмотрен вопрос методологических оснований теории модернизации. В качестве исходной эпистемологической позиции используется теория радикального конструктивизма, представлена основная аргументация этой теории, обоснована применимость для социального познания. На основании нормативно-интерпретативного подхода представлены альтернативные позиции относительно процесса модернизации, предложен их методологический синтез.

Ключевые слова и фразы: теория модернизации; эпистемологические принципы; социальный конструктивизм; нормативно-интерпретативный подход; социальные изменения; механизмы модернизации; теоретический образ.

Жуйков Алексей Владимирович*Новосибирский государственный технический университет
zhuikov2007@yandex.ru***МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ТЕОРИИ МОДЕРНИЗАЦИИ[©]**

Теория модернизации не нова. Не существует и однозначной конвенции относительно общих теоретических основ этой теории. Но, тем не менее, нельзя утверждать и обратного, а именно, что она устаревшая, а следовательно, не актуальна. И что она не годится для объяснения современных социальных изменений. О необходимости модернизации чего-либо можно слышать каждый день, однако что это такое и как ее осуществлять – куда реже. В социологическом дискурсе, начиная с 50-х годов, эта теория пережила трудную историю: от перспектив и надежд к разочарованию [3]. Сегодня вновь можно наблюдать уверенный рост интереса к данной проблематике, однако с большей критичностью и осмотрительностью. Цель данной статьи – попытка описания методологических принципов теории модернизации. Соответственно, дальнейшие рассуждения будут касаться не столько самой теории, сколько методологии ее построения.

Рассуждения о предельных основаниях теории модернизации, насколько они адекватны на практике или насколько возможен их перенос на реалии другого общества, мы оставляем за скобками. Подобные рассуждения носят скорее прикладной характер, чем эпистемологический. Главный же вопрос теории модернизации с эпистемологической точки зрения заключается в том, как вообще возможно посторенние теории, адекватно описывающей реальные факты? Однако и тут могут возникнуть разногласия: какой подход наиболее адекватен в описании фактов? Какой из фактов реальнее? И что принять за исходную посылку исследования?

Может показаться, что это слишком абстрактные вопросы, однако как только кто-нибудь попытается высказать некое суждение о социальных изменениях, и в частности модернизационных, он *a priori* будет вынужден избрать некоторую этическую, эпистемологическую и пр. посылки. Например, суждение о том, что экономическая экспансия некоторых корпораций порождает развитую инфраструктуру региона и более доступный уровень цен на товары, противоположно тому, что этот же процесс разрушает традиционный уклад жизни местных жителей или даже вообще их культуру [5]. Но какая из интерпретаций истинна? Вопрос бессмысленный, поскольку каждое высказывание содержит разные основания и «точки отчета». Следовательно, возникает вопрос: насколько вообще резонно говорить о возможности единой объективной и беспристрастной оценки этих процессов? Конструктивисты заявляют: таких резонансов нет. Всякая реальность есть продукт нашей интерпретации, а не объективного ее понимания. Присмотримся немного внимательнее к позиции конструктивистов и поставим вопрос: возможно ли сочетание этого подхода с теорией модернизации? И какие это может принести результаты?