

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью в практике деятельности органов внутренних дел

Публичность и виды публичной деятельности организаций.

В современном мире стремительно развивается информационное общество. По мнению большинства исследователей, ему присущи следующие фундаментальные черты:

- возрастание информационной активности всех членов общества;
- превращение информационной индустрии в самую динамичную сферу его функционирования;
- проникновение информационно-коммуникативных технологий в жизнедеятельность каждого отдельного человека;
- изменение модели социальной организации общества вследствие распространения гибких сетевых информационно-коммуникативных структур.

В информационном обществе технологии масс-медиа играют в жизни людей решающую роль, особенно в процессах социализации, их участия в общественной жизни. Важнейшим показателем зрелости гражданского общества является его способность создавать возможности для диалога внутри общества. Диалог в данном случае понимается как артикуляция различных смысловых позиций, которая ведет не к их взаимному отторжению или подавлению, а к продуктивному взаимодействию. Критерием успешности такого взаимодействия будет появление новых смысловых построений всех сторон участников.

Диалог обязательно предполагает:

- 1) наличие полноценных субъектов-участников;
- 2) изначальное отсутствие монополии на истину.

Представляется, что наиболее точно задачам статьи по анализу эффективности современного диалога между обществом и государством соответствует концепция публичной сферы, основоположником которой является немецкий философ и социолог Юрген Хабермас.

В соответствии с классической концепцией, отраженной в его главной работе¹, публичная сфера трактуется как пространство рациональной дискуссии, основанное на принципах открытости и равенстве сторон, а также на совместно разработанных и общепринятых критериях и стандартах. Именно в публичной сфере в процессе свободной от внешнего контроля дискуссии и обмена информацией вырабатывается то, что можно назвать общественное мнение. Оно представляет собой результат дискуссии, которая очищает его от искажений, вносимых частными интересами и ограниченностью отдельных точек зрения.

¹ Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge Massachusetts: The MIT Press, 1991. 301 p

Таким образом, под публичной коммуникацией следует понимать вид устного общения, при котором информация передается значительному числу слушателей. Для публичных коммуникаций характерна передача информации, затрагивающей общественный интерес, с одновременным приданием ей публичного статуса.

Публичный статус подразумевает сообщение информации лицом, обладающим определенным социальным статусом, т.е. формально установленным или молчаливо признаваемым местом индивида в иерархии определенной социальной группы. Кроме того, статус публичности связан с официальностью обстановки общения, которая предполагает своевременное оповещение аудитории о теме сообщения и статусе выступающего и приглашение ее в определенное место и время.

Официальное общение подчиняется определенному регламенту. Так, при публичном общении слушатели должны находиться в поле зрения говорящего, т.е. это контактное общение в отличие от дистантного массового общения, осуществляемого через СМИ. Слушатели являются в определенной степени заинтересованной аудиторией, специально пришедшей послушать выступающего в силу своей социальной роли (например, работники организации, студенты, сторонники политической партии и т.д.).

Публичное общение относится к институциональному (статусно-ориентированному) общению в отличие от персонального (личностно-ориентированного). Статусно-ориентированное общение имеет множество разновидностей, выделяемых в том или ином обществе в соответствии с принятыми в нем сферами общения и сложившимися социальными институтами (политическими, деловыми, научными, педагогическими, медицинскими, военными, спортивными, религиозными, юридическими).

Следует выделить следующие характеристики публичных коммуникаций:

- 1) связь с какой-либо общностью людей;
- 2) реализация общих интересов;
- 3) общеизвестность;
- 4) функционирование в тех обществах, где возможно существование публичной сферы.

Применительно к ситуации в области общественных отношений на современном этапе развития Республики Беларусь понятие публичная сфера сегодня можно трактовать следующим образом. Это пространство, в котором различные социальные субъекты – правительство, партии, профсоюзы, массмедиа, объединения граждан и другие ведут диалог, общественную дискуссию и при этом могут выступать по отношению друг к другу в определенной оппозиции. В общественно-политической сфере – это диалог власти и народа, персонифицированный в системе взаимоотношений политических субъектов: государственных деятелей, лидеров, партий, депутатий, гражданских инициатив и т.д. В социально-экономической сфере – это диалог субъектов рыночных отношений, который на потребительском рынке принимает форму маркетинговых коммуникаций между продавцом и

потребителем, в сфере занятости – форму диалога работодателя и работника, в социальной (в узком смысле) сфере – форму взаимоотношений субъекта распределительной системы и его клиентов и т.д. Наконец, в духовно-идеологической и культурной сферах общества переход к диалоговой методике взаимодействия происходит посредством становления специфических механизмов достижения общественного согласия по спорным вопросам посредством публичной дискуссии².

При этом публичная сфера не возникает автоматически при наличии свободной прессы, самой свободы слова – она возникает тогда, когда в обществе появляются относительно самостоятельные личности, способные сформулировать собственное мнение о чем-либо и публично его представить, выразив при этом интересы определенной социальной группы, сегмента общественности.

Профессии в сфере связей с общественностью.

Историю паблик рилейшнз в Беларуси следует рассматривать сквозь его тесную связь эволюции с политическими, экономическими и социально-культурными преобразованиями в стране. По мере развития рыночных отношений, укрепления демократических институтов и становления гражданского общества, возможности прямого административного воздействия органов власти или коммерческих структур сокращается и, наоборот, возрастает влияние общественного мнения и повышается роль опосредованных, основанных на его учете, регуляторов социально-экономического и политического развития. Поэтому значение коммуникации в сфере общественных связей как востребованного механизма конструирования взаимодействия между социальными субъектами будет увеличиваться.

Связи с общественностью как вид информационно-коммуникационной деятельности в нашей стране имеют более чем 25-летнюю историю, обладают признаками развитого социального института, и с 2013 года признаны государством как легитимная профессия³. Для его генезиса и эволюции характерны следующий комплекс предпосылок:

политические предпосылки, суть которых составляет наличие демократических институтов и механизмов;

экономические предпосылки, в основе которых сформированные рыночные отношения;

² Шишкина, М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М.А. Шишкина. - СПб. : Русич, Паллада- медиа, 1999. - 448 с.

³ Постановление Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 31 октября 2013 г. № 106 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 12.01.2014, 8/28139 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 26.11.2022.

социально-культурные предпосылки, связанные с достаточно высоким уровнем развития и востребованности общественного мнения, а также лавинообразным развитием информационно-коммуникативных технологий.

Политические предпосылки. Демократия со всеми ее атрибутами является объективной основой для возникновения и развития связей с общественностью. В отсутствие демократии паблик рилейшнз не востребован.

В конце 1980-х – начале 1990-х годов Беларусь встала на путь демократических преобразований. В этой связи возникла необходимость поиска новых форм, методов и инструментов государственного управления. На смену административному типу отношений между органами государственной власти и обществом пришли отношения партнерского типа, при которых востребована постоянная двусторонняя коммуникация между властью и населением. Возникает потребность органов государственной власти в новой для Беларуси деятельности по связям с общественностью, целью которой является обеспечение своевременного и объективного информирования граждан о происходящих событиях социально-экономической и общественно-политической жизни страны.

Экономические предпосылки. Появление массового производства, позволившее максимально упростить и удешевить выпуск товаров, привело к росту потребительской способности, конкурентоспособности между финансовыми ресурсами. В результате превышения предложения над спросом возникла необходимость в появлении особых технологий для позиционирования и продвижения своей продукции.

Первой такой технологией стала реклама. Однако для эффективного взаимодействия с потребителями и другими заинтересованными группами данной технологии оказалось недостаточно, возникла необходимость в иных способах коммуникации, которые позволяли бы решать более сложные задачи, передавать социально ориентированные послания, активно инициировать обратную связь. Таким инструментом новой коммуникации стала связь с общественностью.

Социально-культурные предпосылки. Любая организация является не только субъектом хозяйственно-деловых отношений, но прежде всего – социальным элементом. Это означает, что для достижения экономических целей она должна функционировать в соответствии с требованиями и ожиданиями общества, его отдельных сегментов. Поэтому аудитория организаций не ограничивается реальными и потенциальными потребителями, коммуникация обращена и к другим целевым аудиториям, не имеющим прямого влияния к его деятельности. В случае с деятельностью ОВД основная задача коммуникации с обществом является обеспечение должной защищенности от противоправных посягательств на жизнь, здоровье и законное имущество.

Как отмечалось выше, институт общественных связей возродился в нашей стране со становления независимости, хотя еще в 1980-х гг. существовали отдельные организации и структурные формирования,

основным функционалом которых было взаимодействия со СМИ и общественностью. Так, например, в Министерстве внутренних дел Республики Беларусь датой создания пресс-центра считается 19 сентября 1984 г. в соответствии с датой выхода Приказа МВД СССР № 0329 о перечне изменений в штатах органов внутренних дел Республики Беларусь, по которому в МВД и УВД БССР были сформированы пресс-группы.

В конце 1980-х – начале 1990-х гг. на территории Беларуси происходит формализация субъектов сферы связей с общественностью. В трансформирующуюся систему массовой коммуникации включаются институциональные элементы общественных связей, представленные соответствующими службами в государственных структурах: информационными департаментами, управлениями, отделами по связям с общественностью, пресс-службами, пресс-центрами, а также ответственными лицами по связям со СМИ и общественностью. Такие структуры первоначально появились в Верховном Совете Республики Беларусь, Совете министров Республики Беларусь, секретариате Совета безопасности Республики Беларусь, Генеральной прокуратуре Республики Беларусь, Комитете государственного контроля Республики Беларусь и некоторых министерствах. Спустя некоторое время подобные структуры начали формироваться в органах государственной власти областного (регионального) уровня.

В 1993 г. создается Национальный пресс-центр Республики Беларусь (далее – НЦП) – некоммерческая организация, основной деятельностью которой является оперативное распространение информационных материалов о деятельности Президента Республики Беларусь, Национального собрания Республики Беларусь, Совета министров Республики Беларусь, Администрации Президента Республики Беларусь и других государственных органов, а также об общественно-политической и социально-экономической жизни страны. Одна из целей создания НЦП – обеспечение регулярных государственных, общественных и международных связей в области информации.

НЦП транслирует идеологию, основанную на взаимопомощи и популяризации PR-деятельности, взаимодействует с пресс-службами, что говорит об укреплении институциональных черт и признаков паблик рилейшнз. Качественным признаком первичной институционализации паблик рилейшнз следует считать и становление соответствующей образовательной системы: в 1996 году на факультете журналистики БГУ началась подготовка профессионалов в области связей с общественностью.

НПЦ во многом определил развитие данной сферы в стране, он формирует профессиональную идеологию коммуникации, основанную на взаимопомощи и популяризации паблик рилейшнз. При этом он не только подключает к работе все пресс-службы аппарата госуправления, но и активно развивает тенденцию отказа от основанных на негативе методов воздействия.

Со временем подразделения по связям с общественностью в органах государственного управления становятся неотъемлемой частью комплекса

корпоративных коммуникаций. На них возлагается важная роль не только в укреплении имиджа своих организаций, но и в формировании общественного мнения, предоставляя оперативную и объективную информацию о важнейших событиях, содействие в решении социально-политических и социально-экономических задач.

Глобальное расширение функционала и усложнение функций коммуникационных служб создали потребность в формировании соответствующей законодательно-правовой базы, которая должна прямо или косвенно регулировать сферу публичных отношений. Помимо законов № 3515-ХІІ «О печати и других средствах массовой информации» (от 13 января 1995 г.), № 225-З «О рекламе» (от 10 мая 2007 г.), в свет выходят положения «О порядке регистрации СМИ в Республике Беларусь», «О пресс-службе Президента Республики Беларусь», «Об управлении информацией Национального собрания Республики Беларусь», «О Национальном пресс-центре Республики Беларусь», «О пресс-службах органов государственного управления».

Принципиально новый этап в функционировании государственных пресс-служб начался после опубликования Указа Президента Республики Беларусь № 65 от 06.02.2009 «О совершенствовании работы государственных органов, иных государственных организаций со средствами массовой информации» (далее – Указ № 65). Особенностью данного этапа является рост значимости для белорусского государства связей с общественностью как механизма укрепления доверия и взаимопонимания в обществе.

Так, в соответствии с Указом № 65 государственные органы обязаны обеспечивать своевременное и объективное информирование общественности о событиях социально-экономической и общественно-политической жизни страны. Все органы государственного управления должны иметь в штате пресс-секретаря или ответственного за работу со СМИ руководителя структурного подразделения, при этом руководитель государственного органа несет персональную ответственность за состояние работы со СМИ.

Президентом Республики Беларусь 13 февраля 2017 г. был подписан Указ № 40 от 13.02.2017 г., утвердивший «Положение о пресс-секретаре Президента Республики Беларусь» (далее – Положение). Согласно этому Положению⁴, пресс-секретарь Главы государства в своей деятельности подчиняется непосредственно Президенту Республики Беларусь, входит в структуру Администрации Президента Республики Беларусь и по должности приравнивается к помощнику Президента Республики Беларусь.

В п. 5 Положения определено, что пресс-секретарь Президента Республики Беларусь координирует деятельность:

⁴ Указ Президента Республики Беларусь от 13 февраля 2017 г. № 40 «Об оптимизации Администрации Президента Республики Беларусь» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 26.11.2022.

Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь;

закрытого акционерного общества «Второй национальный телеканал»;

закрытого акционерного общества «Столичное телевидение»;

республиканского унитарного предприятия «Белорусское телеграфное агентство»;

учреждения Администрации Президента Республики Беларусь «Редакция газеты «Советская Белоруссия»;

редакционно-издательского учреждения «Издательский дом «Звезда»;

отдела подготовки выступлений Администрации Президента Республики Беларусь.

Также пресс-секретарь осуществляет непосредственное руководство деятельностью пресс-службы Президента Республики Беларусь, и оперативное руководство деятельностью государственного учреждения «Национальный пресс-центр Республики Беларусь».

Основными задачами пресс-секретаря Президента Республики Беларусь являются:

формирование через СМИ общественного мнения о деятельности Президента Республики Беларусь;

разъяснение основных направлений внутренней и внешней политики, проводимой Главой государства;

обеспечение взаимодействия Президента Республики Беларусь со СМИ;

выполнение отдельных поручений Президента Республики Беларусь.

Обязанности пресс-секретаря Президента Республики Беларусь:

обеспечивать выполнение республиканскими органами государственного управления, иными государственными органами и организациями решений Президента Республики Беларусь, соблюдение законов Республики Беларусь, иных актов законодательства;

осуществлять контроль за своевременным и качественным исполнением поручений Президента Республики Беларусь;

организовывать информационное обеспечение официальных визитов, рабочих поездок, встреч Президента Республики Беларусь, а также других мероприятий с участием Главы государства в Республике Беларусь и за рубежом;

предоставлять СМИ сведения о деятельности Президента Республики Беларусь, встречах Главы государства и других мероприятиях с его участием;

взаимодействовать с представителями белорусских и иностранных СМИ в целях полного и объективного освещения деятельности Президента Республики Беларусь;

вносить на рассмотрение Президента Республики Беларусь предложения по реагированию Главы государства на наиболее важные события внутренней и внешней политики Республики Беларусь;

представлять на согласование Президенту Республики Беларусь проекты комментариев пресс-секретаря о важных инициативах Главы государства в области внутренней и внешней политики Республики Беларусь;

представлять в установленном порядке Президенту Республики Беларусь, Главе Администрации Президента Республики Беларусь аналитическую и иную информацию о деятельности государственных органов, СМИ по информационному обеспечению внутренней и внешней политики, проводимой Президентом Республики Беларусь, и вносить необходимые предложения;

информировать руководящих работников государственных органов об оценках, критических замечаниях и предложениях, высказанных Президентом Республики Беларусь и руководством Администрации Президента Республики Беларусь;

проводить брифинги по различным вопросам деятельности Президента Республики Беларусь;

координировать работу пресс-служб государственных органов в целях освещения ими деятельности Президента Республики Беларусь в соответствующей сфере, постоянного информирования общественности, белорусских и иностранных СМИ о текущей деятельности государственных органов по реализации внутренней и внешней политики, проводимой Главой государства, оперативного реагирования на наиболее актуальные события внутренней и внешней политики государства, а также формирования системы межведомственного обмена информацией;

участвовать в перспективном и оперативном планировании мероприятий с участием Президента Республики Беларусь;

участвовать в проведении официальных визитов, рабочих поездок, встреч Президента Республики Беларусь, а также других мероприятий с участием Главы государства в Республике Беларусь и за рубежом в целях освещения их в средствах массовой информации.

Сегодня основными целями подразделений по связям с общественностью в государственных органах власти и управления является обеспечение систематического взаимодействия между органами власти и общественностью, установление двустороннего общения для выявления общих интересов и достижения взаимопонимания, участие в целеполагании государственных органов и защита общественных интересов.

Достижению поставленных целей и решению данных задач способствует комплекс функций, которые выполняют службы по связям с общественностью государственных органов власти и управления:

- агрегации и артикуляции общественных интересов,
- коммуникативная,
- информационная,
- аналитическая,
- прогностическая,
- культурологическая,
- организационно-административная.

Реализацию информационной функции служб по связям с общественностью призваны осуществлять пресс-службы. При организации пресс-службы, как правило, используются два основных подхода. Во-первых, когда пресс-служба создается как один из системообразующих элементов, в полном объеме выполняющий все функции по связям с общественностью и рассматривающийся в качестве одного из механизмов по управлению деятельностью государственного органа. Во-вторых, когда пресс-служба формируется для выполнения прикладных задач по взаимодействию со СМИ и выполняет функцию связующей цепи по распространению информации о деятельности государственного органа в структуре отдела (департамента) по связям с общественностью.

Задачи подразделений по связям с общественностью, основные профессиональные требования к пресс-секретарю.

Согласно постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 19.03.2018 № 203 «О порядке и условиях создания структурных подразделений в государственных органах и штатном расписании отдельных государственных органов»⁵ (с изм. и доп.), в государственных организациях, а также государственных учреждениях, их руководителями могут создаваться пресс-службы на правах отдела.

Число работников в пресс-службе должно обеспечивать своевременную и качественную обработку текущей информации о повседневной деятельности организации, а также бесперебойную взаимосвязь со СМИ.

Организация работы пресс-службы в государственных органах и иных государственных организациях, как правило, возлагается на пресс-секретаря или ответственного за работу со СМИ руководителя структурного подразделения, определяемого руководителем государственного органа (государственной организации).

Типичными задачами пресс-службы являются:

обеспечение взаимодействия государственного органа со СМИ;

предоставление СМИ официальных сведений о деятельности государственного органа, за исключением относящихся к государственным секретам, коммерческой или иной охраняемой законом тайне;

координация деятельности лиц, ответственных за работу со СМИ, организаций, подчиненных (подотчетных) государственному органу;

подготовка и проведение информационных мероприятий по формированию положительного имиджа государственного органа;

участие в информационных кампаниях в рамках проводимой в стране государственной информационной политики;

⁵ Постановление Совета Министров Республики Беларусь 19 марта 2018 г. № 203 «О порядке и условиях создания структурных подразделений в государственных органах и штатном расписании отдельных государственных органов» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 26.11.2022.

организация освещения в СМИ вопросов, входящих в компетенцию государственного органа;

подготовка рекомендаций для государственного органа по вопросам взаимодействия со СМИ;

оперативное реагирование на события в информационном пространстве, относящихся к деятельности государственного органа.

Квалификационная характеристика должности «Пресс-секретарь» в нормативных правовых актах Республики Беларусь изложена в следующей редакции. Итак, типичные должностные обязанности пресс-секретаря:

осуществляет сбор и профессиональную подачу информации в СМИ о деятельности организации;

получает в установленном порядке сведения и материалы, необходимые для информирования общественности;

осуществляет подготовку, распространение и контроль над публикацией материалов организации (пресс-релизы, сообщения, заявления, интервью и пр.);

организует пресс-конференции, брифинги, встречи за «круглым столом» и др.;

участвует в оперативном и перспективном планировании информационного обеспечения организации (учреждения);

пропагандирует деятельность организации в СМИ;

информирует руководителя организации (учреждения) по всему кругу вопросов общения со средствами массовой информации;

соблюдает конфиденциальность информации, являющейся государственной, служебной и коммерческой тайной;

взаимодействует с отечественными и зарубежными СМИ;

организует работу интернет-сайта организации (учреждения) и несет ответственность за размещение информации, ее оперативность, актуальность и достоверность;

ведет переписку по вопросам, входящим в его компетенцию;

соблюдает требования по охране труда и пожарной безопасности, производственной и трудовой дисциплины, правила внутреннего трудового распорядка.

Пресс-секретарь должен знать:

нормативные правовые акты, другие руководящие документы, определяющие направления и перспективы деятельности организации;

структуру и взаимодействие структурных подразделений организации, технологию производства, ассортимент продукции (работ, услуг) и др.;

методологию осуществления связей с общественностью;

методы организации и проведения мероприятий по связям с общественностью;

структуру и функции СМИ;

порядок организации и подготовки пресс-релизов, брифингов, пресс-конференций, информационных сообщений и пр.;

принципы основных видов связей с общественностью, правила ведения деловой переписки;

информацию, являющуюся государственной, служебной и коммерческой тайной, порядок ее защиты и использования;

методы обработки информации с использованием современных информационных технологий;

основы экономики, законодательство о труде, требования по охране труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования:

высшее профессиональное образование и опыт работы в сфере информации не менее 3 лет, или;

высшее образование и опыт работы со СМИ не менее 5 лет.

Информационно-коммуникативная деятельность (далее – ИКД) ОВД осуществляется на основании приказа МВД от 02.07.2021 № 188 «Об организации информационно-коммуникативной деятельности». Данный вид деятельности определено считать одним из важнейших направлений служебной деятельности, которое необходимо осуществлять с учетом складывающейся оперативной обстановки, в соответствии с требованиями законодательства и локальными правовыми актами.

Руководству ОВД предписано организовать взаимодействие с управлением информации и общественных связей и его территориальными подразделениями, своевременно предоставлять им информацию о служебной деятельности ОВД для распространения в СМИ.

Взаимодействие ОВД со СМИ выражается в реализации следующих функций:

оперативное и полное информирование граждан о деятельности ОВД, в том числе при помощи СМИ;

распространение, а в случае необходимости и подготовки для СМИ, тех или иных информационных материалов;

подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, встреч с журналистами;

анализ материалов СМИ, отражающих работу ОВД, а также значимых для деятельности Министерства внутренних дел Республики Беларусь событий в целях своевременного информирования руководящего состава и других сотрудников ОВД;

определение достоверности опубликованных сведений, подготовка при необходимости разъяснительных писем и опровержений, своевременное реагирование на недостоверную информацию.

Наиболее востребованными функциями осуществления ИКД являются:

личный прием граждан сотрудниками ОВД;

участие во встречах с населением;

предоставление результатов рассмотрения ОВД обращений, жалоб, предложений обратившимся лицам;

размещение информации о деятельности ОВД, включая планируемые мероприятия и инициативы, на официальных интернет-сайтах ОВД;

размещение результатов рассмотрения обращений, предложений и рекомендаций граждан, в том числе высказанных на встречах с населением, на официальных сайтах ОВД;

широкомасштабное освещение борьбы с нарушениями правопорядка, информирование граждан о деятельности ОВД в данной сфере;

изучение общественного мнения населения, в т.ч. путем проведения опросов;

организация непосредственной работы с населением по месту жительства через привлечение жителей к участию в охране правопорядка;

создание образовательных программ по обучению граждан, благодаря которым жители имеют возможность ознакомиться с работой сотрудников ОВД и лучше понять все аспекты их повседневной деятельности и др.

Для успешного осуществления ИКД в рамках установленной компетенции в структуре ОВД существует достаточно развитая сеть PR-структур:

управление информации и общественных связей (далее – УИОС);

отделы/отделения информации и общественных связей ГУВД-УВД-РУВД-РОВД;

иные подразделения информации и общественных связей по отраслевому, территориальному и функциональному признаку.

Деятельность УИОС регламентируется приказом МВД Республики Беларусь от 25.03.2020 № 60 «Об управлении информации и общественных связей Министерства внутренних дел» (с изм. и доп.).

К основным задачам УИОС относятся:

освещение в СМИ и глобальной компьютерной сети Интернет вопросов, относящихся к компетенции МВД;

обеспечение взаимодействия МВД со СМИ, государственными органами и иными организациями, общественными объединениями и гражданами по вопросам, относящимся к компетенции управления;

подготовка и проведение информационных мероприятий по формированию положительного имиджа ОВД и повышению правовой грамотности граждан;

участие в информационных кампаниях в рамках проводимой в стране государственной информационной политики;

контроль деятельности подразделений информации и общественных связей ОВД по вопросам ИКД;

информирование руководства МВД о материалах в СМИ и интернете, касающихся деятельности ОВД;

оперативное реагирование на события в мировом и (или) национальном информационных пространствах, относящиеся к деятельности ОВД.

УИОС имеет и иные функции, заключающиеся в том, что оно:

в установленном порядке оказывает журналистам консультативную и организационную помощь в подготовке материалов в СМИ о деятельности МВД;

предоставляет СМИ официальные сведения о деятельности ОВД, за исключением относящихся к государственным секретам, коммерческой или иной охраняемой законом тайне;

совершенствует связи и укрепляет сотрудничество со СМИ;

организует и проводит пресс-мероприятия;

осуществляет мониторинг СМИ и интернет-ресурсов;

совместно с ОВД готовит различные материалы об их деятельности для СМИ;

оказывает консультационную, методологическую и практическую помощь подчиненным подразделениям, обобщает и распространяет передовой опыт работы, вносит руководству МВД предложения по улучшению взаимодействия ОВД со СМИ;

организует ежегодные творческие конкурсы и иные проекты, направленные на укрепление авторитета и формирование положительного имиджа сотрудников ОВД;

готовит и распространяет в СМИ и интернете заявления, информационные сообщения и пресс-релизы.

К компетенции начальника УИОС относятся следующие задачи:

осуществляет руководство УИОС и несет персональную ответственность за надлежащее исполнение возложенных на УИОС функций;

вносит на утверждение руководству МВД предложения по совершенствованию служебной деятельности УИОС и его территориальных подразделений;

представляет на должность и освобождает от должности заместителей начальника УИОС;

определяет и утверждает функциональные обязанности личного состава подразделения;

ходатайствует перед руководством МВД о назначении на должность и освобождения от нее сотрудников УИОС, присвоении им специальных званий и поощрений;

обеспечивает подбор и расстановку кадров УИОС, их профессиональную подготовку, аттестацию, соблюдение ими служебной дисциплины и законности;

участвует в подготовке и проведении официальных мероприятий с участием руководства МВД;

проводит пресс-мероприятия с представителями СМИ по различным вопросам деятельности МВД;

в пределах своей компетенции дает письменные или устные ответы на обращения граждан, направленные ему на рассмотрение.

Начальник УИОС имеет право:

по решению Министра внутренних дел представлять интересы МВД в СМИ;

запрашивать и получать из подразделений ОВД информацию и материалы, необходимые для выполнения возложенных на УИОС задач и функций;

присутствовать на мероприятиях с участием Министра внутренних дел, принимать участие в заседаниях и коллегиях ГУВД-УВД, оперативных совещаниях структурных подразделений МВД и выступать на них;

проводить сборы и совещания с руководителями подразделений ИОС ОВД, заслушивать отчеты их руководителей, и т.д.

Сотрудники УИОС и его территориальных подразделений в рамках своей компетенции имеют следующие функциональные задачи:

налаживать и поддерживать постоянные контакты со СМИ;

принимать участие в подготовке пресс-релизов, информационных и аналитических публикаций по проблематике деятельности ОВД для конкретных СМИ;

запрашивать и получать необходимую информацию о деятельности ОВД для подготовки публикаций;

готовить фото- и видеоматериалы для СМИ;

осуществлять регулярный мониторинг СМИ и интернета на предмет размещения важной для деятельности ОВД информации и ее последующего анализа.

Таким образом, анализ функций и направлений деятельности ОВД позволяет выделить отличительные особенности связей с общественностью как функции управления этих органов. Данные функции также проявляются в том, что:

это не просто средство информационной коммуникации, а управление информационной коммуникацией с целью эффективного взаимодействия с общественностью в деле обеспечения правопорядка;

это двунаправленное коммуникационное управленческое воздействие как на среду функционирования ОВД (внешняя общественность), так и на них самих как социальную систему (внутренняя общественность);

конечная цель связей с общественностью ОВД заключается не только в установлении двустороннего диалога с общественностью при помощи средств ИКД для повышения взаимопонимания и доверия, а прежде всего в обеспечении взаимодействия и сотрудничества в деле поддержания правопорядка, т. е. в создании механизма общественной правоохранительной деятельности.

Разумеется, в зависимости от территориальности, особых функций и условий деятельности, квалификации персонала, рассмотренные функции могут выполняться в неполном объеме или поручаться другим подразделениям. Однако практика показывает, что наибольшего успеха пресс-служба добивается тогда, когда работа с информацией строится по замкнутой технологической цепочке под непосредственным контролем руководителей ОВД.

Отсюда следует, что специфика организации связей с общественностью в государственных структурах сводится не только к строгой правовой регламентации данной деятельности, но и понимании роли руководителей государственных структур в ее организации и функционировании. Следует заметить, что эффективность деятельности подразделений информации и

общественных связей в ОВД во многом зависит от заинтересованности, понимания проблем и умения организовать эту работу руководителями ОВД, каждый из которых обязан принимать участие в информировании населения Республики Беларусь о деятельности ОВД.

Технологии создания информационного потока и их использование в практике деятельности органов внутренних дел.

Одной из задач совершенствования информационно-коммуникативной деятельности органов внутренних дел является укрепление доверия населения. В этих целях используются традиционные имиджевые технологии, включающие в себя публикацию материалов о деятельности ОВД, имиджевых статей, информирование о текущем состоянии общественного порядка и общественной безопасности и о чрезвычайных ситуациях. Современные процессы, связанные с изменениями информационного пространства в Республике Беларусь, социально-политическая ситуация, стремительно развивающиеся средства массовой информации и коммуникации вынуждают правоохранительные органы развивать свои компетенции и подходы к освещению деятельности по поддержанию правопорядка в стране на должном уровне. В этих целях необходимо использовать не только классический инструментальный PR-служб, о котором мы подробно поговорим в следующих разделах, но и современные, инновационные информационно-коммуникативные модели.

В качестве одного из примеров можно привести успешно проведенный в стране на протяжении последних двух лет комплекс профилактических мероприятий по противодействию Декаду кибербезопасности (далее – Декада). Инициаторами проведения выступало руководство главного управления по противодействию киберпреступности и управления информации и общественных связей МВД. Основанием для проведения Декады стали возрастающие информационные риски для населения и экспоненциальный рост киберпреступности.

Проведению каждой Декады предшествовал продолжительный организационный этап. Готовились документы к проведению Декады, разъяснялись цели и задачи территориальным подразделениям, достигались договоренности о привлечении к участию заинтересованные государственные органы, и др. Основными формами мероприятий являлись выступления в трудовых коллективах и учебных заведениях, выступления в средствах массовой информации, встречи с категориями лиц, находящимися в социально опасном положении (престарелые, инвалиды, одиночно проживающие).

Особого внимания заслуживает практический опыт проведения Декады «Киберкидз» с 23 мая по 01 июня 2022 года. Ее главной целью стало обучение основам безопасного поведения в цифровой среде во время летних каникул учащихся, их родителей, педагогического состава учебных заведений. Была проведена широкомасштабная работа по доведению профилактической информации до населения через СМИ (выступления

руководства ведомства на телеканалах «Беларусь-1», «ОНТ», «СТВ», на интернет-портале «Спутник», на радиостанциях «Сталіца», «Мир», «Альфа Радио». В ходе Декады проведено свыше 9 тыс. выступлений в СМИ, большая часть из которых пришлась на интернет-выступления (7,8 тыс.) Территориальными ОВД в соответствии с компетенцией активно задействовали весь допустимый ресурс ведомств и организаций для распространения в подростковой среде информации о мерах по соблюдению цифровой гигиены. Информационно-профилактическая работа активно осуществлялась сотрудниками ОВД в трудовых коллективах (5,6 тысяч выступлений) и учебных заведениях (4 тысячи).

Самое пристальное внимание было уделено распространению наглядной агитации, размещаемой в местах массового присутствия граждан в самых посещаемых объектах транспортной инфраструктуры и социального назначения. Информационные материалы в массовом порядке звучали из радиоприемников, транслировались на мониторах в торговых объектах и автозаправках, в общественном транспорте и на объектах транспортной инфраструктуры.

Активно проводились встречи с учениками и профессорско-преподавательским составом учебных заведений, причем как в формате реального присутствия, так и в режиме онлайн-конференций. Главная их цель – в преддверии летних каникул разъяснить основные виды актуальных киберугроз и меры по защите от них.

В целом проведение указанного комплекса профилактических мероприятий позволило достичь поставленных целей, всесторонне и качественно довести необходимую информацию до населения. Организационно Декада была проведена на удовлетворительном уровне: с высокой степенью эффективности задействованы заинтересованные государственные органы и организации, предприятия, социальная, транспортная и спортивная инфраструктура, мобильные операторы сотовой связи.

Таким образом, организация и реализация комплексного мероприятия однозначно может выступить образцом для проведения информационно-профилактических мероприятий с подобными целями и задачами.