

А. В. Шиханов

Пограничность культурной идентичности сотрудников пресс-служб полиции

В статье рассматривается культурологически детерминированная проблема эффективной PR-деятельности полиции, выясняется вопрос о том, какие сотрудники работают в пресс-службах органов внутренних дел. К личности сотрудников пресс-службы применено понятие «идентичность»; отмечено, что в культурологическом дискурсе идентичность – это осознанное принятие индивидуумом тех культурных норм, образцов поведения и ценностных ориентаций, которые приняты в конкретном обществе. Осуществляя свою работу в среде полицейских, с одной стороны, и в среде массмедиа – с другой, они должны обладать пограничной культурной идентичностью. Именно сочетание и взаимодействие культурных кодов полиции и массмедиа дает возможность сотруднику пресс-службы полиции эффективно работать.

Ключевые слова: культурная идентичность, пограничность, полиция, массмедиа, пресс-служба, PR, сотрудник.

A. V. Shikhanov

Frontier of the Cultural Identity of Police Press Services Staff

In the article the culturologically determined problem of police effective PR-activities is considered, the question about what employees work in the police press services is discussed. The concept «identity» is applied to the identity of the press service staff, it is noted that in the culturological discourse identity is conscious acceptance by the individual of those cultural regulations, examples of behaviour and valuable orientations which are accepted in a certain society. Working among police officers, on the one hand, and in the environment of mass media, on the other hand, they shall have frontier cultural identity. The combination and interaction of cultural codes of police and mass media gives a chance to the police press service employee to work effectively.

Keywords: cultural identity, frontier, police, mass media, press service, PR, employee.

Деятельность органов внутренних дел всегда привлекает пристальное внимание общества. Здесь сходятся две интересные для людей парадигмы – с одной стороны, информация о чрезвычайных происшествиях, выходящих за рамки повседневной обыденной жизни, и с другой – информация о том, что может коснуться каждого лично (компенсация страхов и опасений, поскользку неприятности произошли «не с тобой»).

Особенно пристально внимание общества к полиции проявляется в последние годы, когда органы внутренних дел переживают период реформы. Логика реформирования ведет к изменению взаимоотношений между полицией и обществом с доминантной схемы на партнерскую. Это требует дополнительных усилий в обеспечении открытости деятельности полиции.

Полиции необходимо искать новые формы общения с различными социальными группами, в том числе с помощью каналов массмедиа. Это признают и в самих органах внутренних дел. Например, в учебном пособии Академии управления МВД России отмечается, что «полиция, как и многие другие государственные учреждения, за последние десятилетия приобрела характер предприятия сервиса, что накладывает значи-

тельный отпечаток на всю работу с общественностью, требует модификации сложившихся способов и методов работы, в том числе путем заимствования и адаптации таковых из области бизнеса» [3, с. 7].

Задача быть «лицом» полиции, представлять органы внутренних дел в их взаимодействии с обществом через открытые каналы, в том числе массмедиа, возложена на сотрудников пресс-служб. Это взаимодействие в его PR-парадигме (в отличие от пропаганды) имеет не односторонний характер, а направлено в обе стороны. Пресс-службы полиции – мост с двусторонним движением. С их помощью общество узнает о работе органов внутренних дел, а полиция (ее руководство, в первую очередь) – об ожиданиях общества, о том, какие вопросы применительно к охране правопорядка больше всего волнуют граждан, на что нужно обратить особое внимание.

Двусторонний, пограничный характер работы PR-служб отмечается и в художественной литературе. Герой книги К. Бакли «Здесь курят!» пиарщик Ник Нейлор говорил: «Я считаю себя промежуточным звеном между двумя сегментами общества, пытающимися как-то приспособиться

один к другому. Пожалуй, меня можно назвать посредником» [1]. Культурную роль именно таких посредников, работающих для общества в полиции и для полиции в обществе, играют подразделения информации и общественных связей органов внутренних дел.

Роль PR в таком аспекте видится в выявлении (и достижении) общих интересов, в налаживании взаимопонимания. Как отмечает российский исследователь теории массовых коммуникаций, PR и рекламы доктор политических наук Э. Галумов, «главная цель PR – формирование доверительных отношений, достижение согласия и желаемых изменений общественного мнения» [5, с. 30].

В современном мире вопросы «доверительных отношений» как специфической, культурсообразной формы межличностной коммуникации становятся все более важными и требующими установления, а не просто соблюдения. Значение таких отношений увеличивается в условиях размытости моральных норм и общепризнанных критериев, в связи с чем приходится практически «с нуля» восстанавливать доверие к властным структурам, в том числе к органам внутренних дел.

Доверие важно во всех сферах деятельности, но особенно – в работе государственных структур. Без доверия к ним расшатывается весь государственный механизм, становится во многом нелегитимным сложившийся общественный договор, государство не в состоянии решать существующие задачи и выполнять свои функции. Поэтому роль PR в государственных структурах велика. По замечанию В. Ворошилова, «здесь PR выступает не только в качестве эффективного механизма формирования общественного мнения, но и в качестве передатчика этого мнения, доведения его до сведения власти, оптимизируя тем самым процедуру разработки, принятия и реализации политических решений» [4, с. 114–115].

PR-деятельность не существует вне общества. По самой своей сути она социальна. Важно поэтому, какими личными качествами и профессиональными свойствами должны обладать люди PR-сферы. Для подбора и обучения специалистов подразделений информации и общественных связей органов внутренних дел необходимо заняться исследованием проблемы их культурной идентичности. Это поможет вернее оценить личные качества и профессиональные свойства со-

трудников, необходимые в работе пресс-службы полиции.

Назовем, прежде всего, общий, «усредненный», список обязанностей сотрудника подразделений информации и общественных связей. Он приводится в учебном издании «Современная пресс-служба» [4, с. 22], адресованном будущим PR-специалистам:

- подготовка пресс-релизов, репортажей, статей для различных изданий, теле- и радиосценариев, речей, текстов для буклетов;
- контакты со средствами массовой информации, подготовка ответов на критические выступления прессы, ответы читателям;
- создание коммуникаций путем выпуска брошюр, буклетов, отчетов, фотографий, презентаций;
- выступления перед слушателями, организация публичных выступлений других ораторов;
- организация специальных мероприятий: выставок, дней открытых дверей, конференций, празднований годовщин, привлечение фондов;
- организация фандрайзинга, лоббирование;
- участие в разрешении кризисных ситуаций;
- определение нужд и приоритетов целевой аудитории;
- помощь менеджерам в планировании и организации программ отчетности перед общественностью;
- административные функции: персонал, бюджет, программы;
- редактирование характеристик работников, отчетов организации, фирмы, партии;
- обучение представителей организации методам PR: связям со средствами массовой информации, организации презентаций и пресс-конференций, спецмероприятий.

В силу широты профиля работы, разнообразия форм и методов взаимодействия полиции с обществом, а также необходимости отражения этого взаимодействия в общественном сознании, сотрудникам пресс-служб органов внутренних дел требуется больший профессионализм, чем PR-специалистам в других сферах.

Однако сами по себе «технические» навыки не могут сформировать эффективного сотрудника пресс-службы полиции. «Сущность работы пресс-секретаря определяет сочетание разнонаправленных интересов, – пишет в книге “Пресс-служба в законодательных органах власти субъектов Российской Федерации” Н. Бакунина. – Он должен быть “своим” в двух противоположных

коммуникационных средах: официальной и журналистской» [2, с. 45].

Здесь важно подчеркнуть институциональный аспект: сотрудник полиции должен именно не только казаться, что уже не просто и важно, а быть «своим» в двух разнонаправленных культурных общностях, обладая пограничной культурной идентичностью.

По утверждению Э. Эриксона, который ввел термин в широкий научный оборот, идентичность выступает фундаментом любой личности и показателем ее психосоциального благополучия, включая следующие моменты:

- внутреннее тождество субъекта при восприятии окружающего мира, ощущении времени и пространства, иными словами, это ощущение и осознание себя как уникальной автономной индивидуальности;

- тождество личных и социально принятых мировоззренческих установок – личностная идентичность и душевное благополучие;

- чувство включенности Я человека в какую-либо общность – групповая идентичность.

Сегодня понятие «идентичность» широко используется и в культурологии. В культурологическом дискурсе идентичность – это осознанное принятие индивидуумом тех культурных норм, образцов поведения и ценностных ориентаций, которые приняты в конкретном обществе.

Представляется возможным и полезным экстраполировать названное понятие на конкретный круг людей, выполняющих служебные обязанности и обладающих в связи с этим определенными личностными свойствами. Сотрудник пресс-службы полиции обычно осуществляет свою деятельность в двух средах – полицейской и масс-медиа. Для эффективной работы он должен осознанно принять культурные нормы и образцы поведения, характерные и для той, и для другой общности.

Полиция играет важную роль в общественной жизни, обеспечивая защиту прав граждан и принуждение к соблюдению социальных норм. Выполняемые задачи формируют из полиции специфический социальный институт, который в то же время формирует и специфическую культурную общность. Полиция, по выражению сотрудника Уфимского юридического института МВД России Р. Янбухтина, «выступает и как пространство социокультурного взаимодействия индивидов, осуществляющих рациональное поведение, деятельность, взаимоотношения в рамках существующих норм, правил и стремящихся к реали-

зации своих целей, интересов, ценностей, потребностей» [9].

В целом, сотрудники полиции могут рассматриваться как слепок существующего общества. Но в то же время в силу специфики своей деятельности полицейские имеют отличную от других профессиональных групп культурную идентичность.

В прикладном исследовании ценностных ориентаций сотрудников полиции [7] отмечается противоречивость и даже некоторый конфликт ценностей в представлениях опрошенных. В частности, имеющиеся установки на счастливую семейную жизнь, материальное благополучие, продвижение по работе «конфликтуют» с несоизмеримо выбираемыми подчас средствами их достижения. Это может вызывать в будущем духовный кризис исследуемой совокупности респондентов, так как «сбои» в реализации жизненных планов и устремлений с неизбежностью повлияют и на внутрисемейную атмосферу. Исследование продемонстрировало нарастающий конфликт между семейными ценностями, с одной стороны, и установками работы, карьеры, достижения жизненного успеха – с другой.

Эти черты характерны для большинства сотрудников полиции. Сотрудники пресс-службы, являясь членами полицейского сообщества, в полной мере разделяют его корпоративную культуру, которая влияет на них и способствует их деятельности в существующих условиях. Как отмечает челябинский исследователь полиции Л. Яблонская, «профессиональная культура полицейских служащих отличается особым типом сознания, нормативным порядком и формами осуществления деятельности, которые аккумулируются и отбираются опытом профессионалов» [8].

Исследователь полицейской культуры из США П. Виллерс [8] выделил в ней такие черты:

- наличие властных полномочий, позволяющих оказывать влияние на общество;

- присутствие естественного и неизбежного влияния политики правительства;

- принятие общего для всех сотрудников полиции идеала;

- спаянность и сплоченность служебного коллектива;

- закрытый корпоративный характер;

- наличие служебной иерархии и строгой дисциплины;

- нивелировка в процессе служебной деятельности половой, расовой, национальной, культурной и т. д. принадлежности людей;

– присутствие лидерства, необходимого практически всем сотрудникам полиции;

– умение принимать ситуацию, в которой оказываются полицейские, наличие способности управлять ею.

Исследователь отмечает ряд особенностей, негативно сказывающихся на деятельности полиции. Это склонность к распространению «военного [диктаторского] стиля руководства», более подходящего для решительных и немедленных требований войны, а также обвинительный («придирчивый») характер культуры поведения, проявляющийся в действиях отдельных полицейских служащих. Цель «придирчивого» поведения – поиск не истины, а того, кого можно обвинить.

Сотрудники полиции в России имеют ряд культурных отличий от своих коллег из США, обусловленных существующими различиями наших культур. Это менее выраженное гендерное нивелирование, а также большее внимание к человеческим отношениям, чем к инструкциям. Есть и еще некоторые отличия, но в целом схожесть задач, стоящих перед полицейскими, формирует схожую культурную идентичность, поэтому мы можем использовать выводы исследователя из США применительно и к российским полицейским.

Можно констатировать, что культурная идентичность сотрудников полиции носит ярко выраженный традиционалистский, консервативный, охранительный характер, в отличие от культурной идентичности массмедиа, для которой характерна ориентация на более свободное, раскованное поведение, новаторство, реформаторство, эксперименты.

Недаром исследователь медиасреды Т. Нерсесова отмечает как наиболее значительное свойство журналистики в целом не столько оперативное самописание социума, даже бытование «творческого самовыражения, публичного сообщения информации и формирования общественного мнения» [6], но работу в области непрерывного самопознания социума.

Сотрудник пресс-службы полиции, взаимодействуя в профессиональной деятельности как с другими полицейскими, так и с представителями массмедиа, должен сочетать в своей культурной идентичности свойства, характерные для обеих общностей. Только такая пограничная культурная идентичность позволит ему говорить на одном языке и там, и тут.

При этом ни одна из парадигм не должна преувеличивать. Действительно, пропитавшись охранительным настроением, сотрудник пресс-службы не сможет найти контакт со склонными к реформаторству журналистами. В то же время, настроившись только на эксперименты, на «самопознание общества», сотрудник пресс-службы не найдет понимания со стороны коллег в погонах.

Уже упоминавшийся выше Э. Галумов замечает, что «от PR-специалиста требуется немало умений и навыков: быть исследователем, инициативным лидером, мудрым советником, уметь осуществлять перспективное стратегическое планирование, общаться с различными аудиториями, обучать других этим и другим премудростям. Он должен нестандартно подходить к разрешению сложных проблем, приспосабливаться к необычным ситуациям и выдерживать эмоциональное напряжение, возникающее в процессе работы» [5, с. 232].

Только находясь в состоянии пограничной культурной идентичности между полицией и массмедиа (при этом отдавая себе в этом отчет), сотрудник пресс-службы полиции сможет эффективно выполнять свою работу.

Библиографический список

1. Бакли, К. «Здесь курят!» [Текст] / К. Бакли // Иностранная литература. – 2003. – 440 с.
2. Бакунина, Н. Пресс-служба в законодательных органах власти субъектов Российской Федерации [Текст] / Н. Бакунина // Пресс-служба. – 2009. – № 7. – С. 42–52.
3. Благоразумный, А. А., Коробов, В. Б. Организация общественных связей органов внутренних дел [Текст]: учебное пособие / А. А. Благоразумный, В. Б. Коробов. – М.: Академия управления МВД России, 2004. – 164 с.
4. Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба: учебник [Текст] / В. В. Ворошилов. – М.: КНОРУС, 2013. – 224 с.
5. Галумов, Э. Основы PR [Текст] / Э. Галумов. – М.: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
6. Нерсесова, Т. Е. Аксиологическая основа медиаконтента как способ формирования субъективного восприятия культурных ценностей общества и их оценки [Электронный ресурс] / Т. Е. Нерсесова // Медиаскоп. – 2011. – Выпуск № 2. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/835> – Загл. с экрана. – Яз. рус. (29.09.2016).
7. Светиков, И. А. Ценности сотрудников полиции на современном этапе (на материалах эмпирического анализа) [Электронный ресурс] / И. А. Светиков. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-sotrudnikov-politsii-na-sovremennom-etape-na>

materialah-empiricheskogo-analiza – Загл. с экрана. – Яз. рус. (29.09.2016)

8. Яблонская, Л. М. Деонтологическое своеобразие профессиональной культуры полицейских служащих [Электронный ресурс] / Л. М. Яблонская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 11 (149). – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/149/013.pdf> – Загл. с экрана. – Яз. рус. (29.09.2016)

9. Янбухтин, Р. М., Полиция как социальный институт (теоретико-методологические и практические аспекты) [Электронный ресурс] / Р. М. Янбухтин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2014. – № 12. – Ч. 1. – Режим доступа: www.gramota.net/materials/3/2014/12-1/56.html – Загл. с экрана. – Яз. рус. (29.09.2016)

Bibliograficheskij spisok

1. Bakli, K. «Zdes' kurjat!» [Tekst] / K. Bakli // Izd. «Inostrannaja literatura». – 2003. – 440 s.

2. Bakunina, N. Press-sluzhba v zakonodatel'nyh organah vlasti sub#ektov Rossijskoj Federacii [Tekst] / N. Bakunina // Press-sluzhba. – 2009. – № 7. – S. 42–52.

3. Blagorazumnyj, A. A., Korobov, V. B. Organizacija obshhestvennyh svyazej organov vnutrennih del [Tekst] : uchebnoe posobie / A. A. Blagorazumnyj, V. B. Korobov. – M. : Akademija upravlenija MVD Ros-sii, 2004. – 164 s.

4. Voroshilov, V. V. Sovremennaja press-sluzhba: uchebnik [Tekst] / V. V. Voroshilov. – M. : KNORUS, 2013. – 224 s.

5. Galumov, Je. Osnovy PR [Tekst] / Je. Galumov. – M. : Letopis' XXI, 2004. – 408 s.

6. Nersesova, T. E. Aksiologicheskaja osnova media-kontenta kak sposob formirovanija sub#ektivnogo vospri-jatija kul'turnyh cennostej obshhestva i ih ocenki [Jel-ektronnyj resurs] / T. E. Nersesova // Mediaskop. – 2011. – Vypusk № 2. – Rezhim dostupa: <http://mediascope.ru/?q=node/835> – Загл. с jekrana. – Jaz. rus. (29.09.2016).

7. Svetikov, I. A. Cennosti sotrudnikov policii na sovremennom jetape (na materialah jempiricheskogo analiza) [Jelektronnyj resurs] / I. A. Svetikov. – Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-sotrudnikov-politsii-na-sovremennom-etape-na-materialah-empiricheskogo-analiza> – Загл. с jekrana. – Jaz. rus. (29.09.2016)

8. Jablonskaja, L. M. Deontologicheskoe svoeobrazie professional'noj kul'tury policejskih sluzhashhih [Jel-ektronnyj resurs] / L. M. Jablonskaja // Vestnik Chel-jabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2009. – № 11 (149). – Rezhim dostupa: <http://www.lib.csu.ru/vch/149/013.pdf> – Загл. с jekrana. – Jaz. rus. (29.09.2016)

9. Janbuhtin, R. M., Policija kak social'nyj institut (teoretiko-metodologicheskie i prakticheskie aspekty) [Jel-ektronnyj resurs] / R. M. Janbuhtin // Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki. – Tambov : Gramota. – 2014. – № 12. – Ch. 1. – Rezhim dostupa: www.gramota.net/materials/3/2014/12-1/56.html – Загл. с jekrana. – Jaz. rus. (29.09.2016)