## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Проблемы организации PR-отдела в МВД РФ (на примере УВД г Нижневартовска)

***Моргунов Иван Александрович***
*Студент*
*Нижневартовский государственный гуманитарный университет, Гуманитарный, Нижневартовск, Россия*
*E-mail: masterhit_89@mail.ru*

<?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office"/>

Социально-экономические и политические изменения, произошедшие за последние годы в России, оказали значительное влияние как на правоохранительные органы, так и на средства массовой информации, другие общественные институты, взаимодействие с которыми со стороны Министерства внутренних дел Российской Федерации нуждается в совершенствовании.[3]

Для улучшения работы с этими целевыми группами была разработана и принята к реализации «Концепция совершенствования взаимодействия Министерства внутренних дел Российской Федерации со средствами массовой информации и общественными объединениями на 2005 - 2008 годы».

Исходя из содержания, концепция по улучшению взаимодействия с целевыми аудиториями является полноценным PR-документом. Она проработана детально и может лечь в основу фундамента PR МВД РФ, но только после того, как будут созданы соответствующие подразделения-инструменты, которые смогут воплощать эту концепцию в жизнь, следить за её исполнением и при необходимости вносить корректировки.

В качестве примера рассмотрим деятельность группы связи со СМИ штаба УВД по городу Нижневартовску или, другими словами, пресс-службы УВД по городу Нижневартовску.

Штат пресс-служба УВД по городу Нижневартовску состоит из 3 человек: старшего инспектора и двух подчиненных. Старший инспектор группы является, по сути, и пресс-секретарем начальника УВД: на всех совещаниях, планерках и мероприятиях он находится вместе с руководителем.

Группа связи со СМИ, согласно коммуникационному аудиту, находится в непосредственном подчинении у начальника УВД, что является плюсом, поскольку позволяет пресс-службе получать информацию и распоряжения напрямую от руководства. К тому же, при возникновении кризисных ситуаций, она оперативно реагирует на них, готовит заявления руководства для СМИ и прорабатывает стратегию выхода из кризиса.

Согласно инструкции на пресс-службу возложены следующие официальные задачи: изучение общественного мнения жителей города и сотрудников УВД; подготовка, распространение информации о деятельности УВД, а также разработка, тиражирование и распространение полиграфической продукции пропагандистского характера; мониторинг окружающей информационной среды; оказание методической и практической помощи в вопросе взаимодействия со СМИ; налаживание доверительных отношений с целевыми группами; организация мероприятий профилактической направленности способствующих снижению уровня преступности среди подростков.[1]

Помимо официальных функций, в обязанности сотрудников группы СМИ входит организация подписки на периодику на как всего УВД в целом, так и каждого сотрудника в частности в обязательном порядке, организация встречи, сопровождение и проводы гостей и комиссий, разработка и проведение PR-акций, работа над имиджем, организация и проведение праздничных мероприятий, поздравлений, подготовка и отправка посылок коллегам, находящимся в командировке.

Исходя из всего вышеизложенного, мы видим, что пресс-служба УВД выполняет не только те функции, которые должны быть на неё возложены, исходя из названия. Группа связи со СМИ выполняет работу полноценного PR-отдела.

На сегодняшний день работа над репутацией и имиджем милиции имеет разрозненный, хаотичный и скачкообразный характер.

Все эти ошибки и трудности можно исправить путем создания PR-департамента в структуре МВД РФ, главной целью которого будет создание такого образа милиции и её сотрудников, чтобы граждане России и гости страны не боялись, а видели в ней друга и защитника, чтобы охотно обращались за помощью, сотрудничали с ней, а не как сейчас избегали бы встречи. Подчиняться департамент должен напрямую министру МВД РФ, а возглавить его должен один из заместителей, который будет заниматься непосредственно этим направлением.

На местах департамент осуществлял бы свою деятельность через PR-подразделения УВД, в состав которых бы вошли пресс-служба, отдел по воспитательной работе и служба психологов.

Сейчас в структуре УВД МВД на местах мы можем наблюдать, что функции, которые должны быть возложены на PR-отдел, разбросаны по другим подразделениям.

У любой организации есть внешняя и внутренняя общественность. Исходя из этого, PR подразделяется на внешний и внутренний.[2] Согласно данным коммуникационного аудита внешним отчасти занимается пресс-служба, внутренним же, (работой с персоналом, отслеживанием соблюдения корпоративного стиля и этики, внутреннего психологического климата, укрепление командного духа, налаживанием внутренних коммуникаций) занимается пресс-служба, служба психологов, отдел кадров и воспитательный отдел.

Все эти отделы и службы подчинены разным руководителям и не контактируют между собой. Тем самым уже на местах начинается эта путаница и разрозненность PR МВД РФ.

Еще один аспект, который нельзя не осветить, это то, что в обязанности пресс-службы входит профилактика правонарушений среди подростков. Деятельность одного из инспекторов группы связи со СМИ полностью посвящена этому. Согласно данным проведенного анкетирования 90% сотрудников тоже не понимают, почему профилактика относиться к пресс-службе. Более логично было бы отдать эту функцию отделу по делам несовершеннолетних.

В итоге, по факту, в пресс-службе трудятся 2 человека, на которых возложен функционал целого отдела. Увеличить количество работников подразделения руководство не может из-за штатного расписания, в котором написано, что на 500 работников УВД города приходится один сотрудник пресс-службы. В городе Нижневартовск численность милиционеров примерно 1300 человек, и согласно этому расписанию пресс-служба может состоять из 2,5 человек. Сейчас же штат 3 человека, но этого объективно мало.

Необходимо пересмотреть штатное расписание пресс-служб УВД и комплектовать штат, не исходя из количества работников УВД, что и нелогично, поскольку деятельность группы связи не направлена на сотрудников, а исходя из численности населения города и возлагаемых на сотрудников функции. Так же эту точку зрения разделяют 95% сотрудников УВД города Нижневартовска по результатам анкетирования.

На местах нужно объединить работу некоторых отделов в одно целое PR-подразделение, тем самым оптимизировать штат и внести системность в решении проблемы PR МВД на местах.

**Литература**

1. Должностная инструкция инспектора группы связи со СМИ штаба УВД по городу Нижневартовску.
2. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М.: Рефл бук, 2001.
3. Предпринимательское право: http://www.businesspravo.ru