

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ GR-ОБРАЗОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ

И. В. СИДОРСКАЯ¹⁾, П. Л. СОЛОВЬЕВ¹⁾, Р. Н. КОСТИЦЫН¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ, ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь

Рассмотрено одно из перспективных направлений развития высшего образования в области корпоративных стратегических коммуникаций в Республике Беларусь – GR-коммуникация. Выявлены предпосылки возрастания потребностей национальной экономики в GR-специалистах, обоснована необходимость институционализации профессиональной деятельности в данной сфере. Проведен анализ более чем 15-летней истории развития коммуникативного образования в Белорусском государственном университете, исследованы возможности для перехода к следующему этапу – институционализации подготовки профессионалов в сфере *Government Relations* на базе второй ступени высшего образования. На основе проведенного экспертного опроса представителей бизнес-организаций и городской власти г. Минска, а также сравнительного анализа белорусской и российской (санкт-петербургской) моделей образования в области корпоративных коммуникаций выявлены основные задачи и принципы работы GR-специалистов, базовые компетенции, которыми они должны владеть, сделан вывод о потенциале формирования таких компетенций в процессе университетской подготовки. Предложено открытие двухлетней магистерской программы «Корпоративные коммуникации в сфере *Government Relations*» (в соответствии со стандартами болонской системы) с максимально широким привлечением практикующих GR-специалистов к созданию образовательного стандарта, составлению учебного плана и проведению занятий.

Ключевые слова: связи с общественностью (публик рилейшенз, PR); *Government Relations* (GR); коммуникация бизнеса и власти; GR-образование.

TENDENCIES OF GR-EDUCATION DEVELOPMENT IN BELARUS

I. V. SIDORSKAYA^a, P. L. SOLOVYOV^a, R. N. KOSTSITSYN^a

^aThe Institute of Journalism of the Belarusian State University,
Kal'variiskaya street, 9, 220004, Minsk, Republic of Belarus

GR-communication is considered as a perspective direction of higher education development in the field of corporate strategic communications in the Republic of Belarus. The authors reveal the background for increasing needs of the national economy in GR-specialists and the necessity of institutionalization of professional activities in the given field. The article analyses more than 15-year history of the development of communication education at the Belarusian State University and discusses possibilities of passing to the next stage – institutionalization of professional training in the field of *Government Relations* at the second level of higher education. On the basis of the expert survey of representatives of business organizations and city authorities of Minsk as well as the comparative

Образец цитирования:

Сидорская И. В., Соловьев П. Л., Костицын Р. Н. Тенденции развития GR-образования в Беларуси // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2016. № 1. С. 85–90.

For citation:

Sidorskaya I. V., Solovyov P. L., Kotsitsyn R. N. Tendencies of GR-education development in Belarus. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika*. 2016. No. 1. P. 85–90 (in Russ.).

Авторы:

Ирина Владимировна Сидорская – кандидат философских наук, доцент; заведующий кафедрой технологий коммуникации.

Павел Леонидович Соловьев – кандидат филологических наук, доцент; начальник Медиацентра Белорусского государственного университета.

Роман Николаевич Костицын – старший преподаватель кафедры технологий коммуникации.

Authors:

Iryna Sidorskaya, doctor of philosophy, docent; head of the department of communication technologies.

sidorskay@bsu.by

Pavel Solovyov, doctor of philology, docent; director of the Media Center BSU.

solovyov@bsu.by

Roman Kotsitsyn, senior lecturer at the department of communication technologies.

pr3429@gmail.com

analysis of Belarusian and Russian (Saint Petersburg) education models in the field of corporate communication the authors have identified the main objectives and principles of *GR*-specialists' work as well as their basic competences in order to evaluate the potential of forming such competences within the course of university training. The authors propose opening a two-year master's program «Corporate Communications in Government Relations» in accordance with the standards of the Bologna system and the widest possible *GR*-practitioners' involvement in designing educational standards, curriculum development and teaching activities.

Key words: Public Relations (*PR*); Government Relations (*GR*); communication of business and government; *GR*-education.

В настоящее время в Беларуси сфера корпоративных стратегических коммуникаций является одной из наиболее динамично развивающихся и активно проходит период институционализации [1, с. 53]. В октябре 2013 г. постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь в Единый квалификационный справочник должностей служащих (ЕКСД) были внесены должности специалиста по связям с общественностью и специалиста по рекламной коммуникации [2], что дало дополнительный толчок к развитию публичных релейшенз (*PR*). С этого момента не только частные, но и государственные организации получили возможность на законных основаниях вводить в свое штатное расписание должности *PR*-специалистов. Раньше профессионалы, отвечающие в своих организациях за формирование коммуникационной политики, были вынуждены занимать должности менеджеров по рекламе, инструкторов, консультантов, пресс-секретарей или просто специалистов различных отделов без указания специфики исполняемых обязанностей.

Принятие соответствующего постановления предшествовала длительная и целенаправленная подготовительная работа, в которой важную, если не решающую роль сыграла кафедра технологий коммуникаций Института журналистики БГУ. При поддержке профессионального сообщества, прежде всего консалтинговой компании *IPR Belarus*, после проведения серии круглых столов с привлечением представителей заинтересованных министерств, бизнеса, академической сферы и длительной переписки с государственными органами кафедра сумела инициировать внесение соответствующих изменений в ЕКСД.

Основной площадкой комплексной и целенаправленной подготовки *PR*-специалистов на уровне первой ступени высшего образования является Институт журналистики БГУ (специальность «Информация и коммуникация»). Выпускающая кафедра технологий коммуникаций существует с 1999 г., т. е. на протяжении более 15 лет. За это время практически с нуля была создана база для подготовки высококвалифицированных кадров в области связей с общественностью, спрос на которые в Республике Беларусь крайне высок. Кафедра технологий коммуникации воспринимается профессиональным сообществом как лидер в подготовке специалистов соответствующего профиля, национальный научный, методический, практический центр в области коммуникативистики, ответственный и высокопрофессиональный партнер в деле институционализации коммуникационной деятельности.

Рынок *GR*-услуг в нашей стране достаточно молод, однако в последние годы динамично развивается. Он представлен главным образом специалистами отделов корпоративных коммуникаций крупных и средних коммерческих компаний (особенно с долей иностранной собственности и, соответственно, традициями *GR*-деятельности), а также специализированных коммуникационных агентств. Пограничное положение Беларуси на пересечении рынков Европейского союза и Евразийского экономического союза обуславливает накопленный белорусскими специалистами в области *Government Relations (GR)*, связи с государственными органами) уникальный и успешный опыт отстаивания интересов бизнес-ассоциаций в национальных и наднациональных органах власти. Компактность территории Беларуси, однородность социально-демографических характеристик ее жителей, высокий уровень их образования и владения информационно-компьютерными технологиями, особенности менталитета способствуют нормализации диалога между различными стейкхолдерами, в том числе бизнесом и властью. Специфика г. Минска как крупной административной единицы, центра области и одновременно столицы суверенного государства объясняет повышенную потребность в *GR*-специалистах, перед которыми стоят задачи согласования интересов бизнеса и власти как на городском, так и на областном и республиканском уровнях. Следует отметить и наличие такой тенденции, как стремление власти становиться более открытой и прозрачной для своих граждан, проявляющейся в назначении молодых руководителей на ответственные посты, а также в принятии законодательных и нормативных актов, направленных на активизацию коммуникации бизнеса и власти. Названные факторы являются предпосылками для роста потребности в *GR*-специалистах, что стимулирует университеты к введению специальных программ для подготовки профессионалов, востребованных на рынке труда.

Развитие образования в области общественных коммуникаций в Беларуси, которое концентрируется вокруг все более актуализируемой потребности в *GR*-специалистах, которую можно считать неотъемлемой частью современной корпоративной коммуникационной платформы, является одним из наиболее перспективных направлений сферы образования. *GR*-коммуникация в Республике Беларусь пока не

имеет единого осмысления в отечественном профессиональном сообществе бизнес-коммуникаторов. По этой причине, несмотря на очевидную востребованность таких специалистов на рынке труда, формальные образовательные программы в области *GR* пока не предлагаются ни высшими учебными заведениями, ни коммерческими образовательными центрами [3].

Чтобы разработать различные варианты подготовки специалистов в области *GR*, следует определить круг ключевых компетенций специалиста по связям с органами государственной власти. Построение модели профессиональных компетенций следует начать с формулирования основной задачи *GR* и главных принципов работы специалиста в данной сфере.

Важнейшей задачей *GR* является создание, развитие, поддержание и укрепление устойчивых и конструктивных связей бизнеса со стейкхолдерами в государственных органах [4, с. 180]. У этой задачи есть множество подзадач, но главный результат ее успешного решения состоит в том, чтобы использовать в нужный момент потенциал имеющихся связей в интересах компании за счет согласования корпоративных интересов с государственными. *GR* в значительной степени являются видом более общих *PR*-технологий. При этом основной целевой аудиторией *GR* выступают именно органы государственной власти [5, с. 378].

Обоюдная заинтересованность, результатом которой является конструктивное взаимодействие бизнеса и органов государственной власти, во многом базируется на тех компетенциях, которыми должны обладать *GR*-специалисты (и, соответственно, выпускники университета).

Чтобы четко понимать, в какой момент и в чем именно заинтересован тот или иной стейкхолдер, необходимо быть детально информированными как о самом стейкхолдере, так и о том, над чем в данный момент он работает, каковы его цели, какие возникают сложности в процессе их достижения и какие задачи и ориентиры ставит перед стейкхолдером его руководство.

Это лишь небольшая часть того списка вопросов, ответы на которые должны четко представлять *GR*-специалисты, вступая в контакт с тем или иным стейкхолдером. Но даже из такого небольшого списка логичным образом вытекают изложенные ниже необходимые компетенции, которые мы вслед за И. А. Быковым и А. Ю. Дорским, понимаем как триаду качеств, знаний и умений (навыков) [6].

В процессе совместного международного исследования в рамках гранта БРФФИ – РГНФ «Базовые модели коммуникаций бизнеса и городской власти в Минске и Санкт-Петербурге: компаративный анализ» (проект БРФФИ Г14Р-012) была проведена серия экспертных интервью с представителями органов власти и бизнеса, в ходе которых респондентам в числе прочих задавались вопросы, касающиеся необходимых *GR*-специалисту компетенций.

По мнению представителей белорусского профессионального *GR*-сообщества, опрошенных в ходе данного исследования, к таким компетенциям относятся следующие.

1. Знание устройства органов власти в стране и принципов их работы.
2. Знание законодательных основ работы органов государственной власти с акцентом на регулирование отношений государства и бизнеса.
3. Умение оперативно получать информацию о текущих задачах и интересах государственных стейкхолдеров путем мониторинга доступных источников информации (прежде всего СМИ, официальных документов, деловой переписки) [7, с. 125–130].
4. Практическое владение языком деловой коммуникации, принятым в среде государственных органов, знание метаязыка государственной деловой коммуникации.
5. Знание механизмов маршрутизации входящих и исходящих информационных потоков в органах власти – как определяемых законодательно, так и принятых на основе служебных инструкций и сложившегося порядка обработки деловой корреспонденции.

Необходимость данной компетенции обусловлена тем, что одним из важнейших в коммуникации бизнеса и власти является вопрос маршрутизации обращений. Здесь необходимо говорить о специфике каждой страны. В Беларуси, например, ситуация достаточно позитивна в том смысле, что некоторые (впрочем, не все) аспекты данной маршрутизации определены в законодательстве – например, в ключевом для отечественного *GR*-специалиста Законе об обращениях граждан и юридических лиц [8]. Кроме того, в органах власти существуют определенные механизмы обработки поступающих обращений, с момента их получения до момента рассмотрения и формирования ответа.

6. Знание основ и принятых правил делового документооборота и навыки применения данного знания на практике.

Способность *GR*-специалиста соблюдать форму, не теряя ценности содержания, является важным навыком. Именно форма документа чаще всего тот входной код, своеобразный невербальный «пароль», который уже на старте определяет правильность и эффективность дальнейшей маршрутизации документа.

7. Знание истории и принципов работы бизнес-ассоциаций, общественных организаций и основных лидеров бизнес-сообщества Беларуси.

Далее следует обратить внимание на инструменты, которые использует в своей работе *GR*-специалист. Их много, но все они являются инструментами влияния. Как и с помощью чего *GR*-специалист может влиять на мнение государственного стейкхолдера в пользу интересов своей корпорации? Прежде всего четким и понятным сопоставлением корпоративных интересов с государственными. Поскольку государственные интересы напрямую коррелируют с общественными, *GR*-специалисты нередко прибегают к использованию потенциала влияния общественных организаций.

По мнению представителей государственной власти, опрошенных в рамках исследования, именно с общественными организациями государственным органам проще иметь дело, поскольку, как указывают респонденты, «наша практика сводится к общению с ведущими бизнес-сообществами, союзами, ассоциациями, которые разнятся по направлениям деятельности. Мы видим их роль в качестве связующего звена между бизнесом и властью. Они поднимают вопрос, изучают проблему, предлагают варианты ее решения. Такие бизнес-союзы, ассоциации нам помогают, подставляют “плечо”. Мы очень часто используем их опыт и предложения. На Западе считается, что если ты являешься членом союза или ассоциации, то предприятию можно доверять, ты надежен. Это престижно. У нас же иногда полагают, что если нет какой-то проблемы, которую нужно решать, то и союзы, ассоциации, общение с властями не нужны, не понимая, что проблема может появиться позже и поможет ее решить бизнес-сообщество, у которого есть грамотные профессионалы, юристы, способные разрешать какие-то споры. Такой опыт мы должны использовать. Опыт и резерв тех союзов, которые есть в г. Минске, мы активно используем, они охотно идут с нами на контакт».

Интересно, что в данном случае именно неразвитость института отношений бизнеса и власти в нашей стране играет позитивную роль в формировании влияния общественных организаций. Практика *GR*-коммуникации в Беларуси свидетельствует о том, что любое обращение от имени общественной организации – будь то отраслевая бизнес-ассоциация, межотраслевой бизнес-союз или международная организация, даже не связанная с бизнесом, – со стороны органов власти воспринимается более серьезно и с большим кредитом доверия, чем обращение от имени одной конкретной корпорации. Отечественные органы власти еще не избалованы вниманием большого количества таких организаций, а те, что имеются на данный момент, – хороший способ получить обратную связь не от одной компании, а от целой группы, а иногда даже отрасли или части делового сообщества. В условиях построения новой экономики Беларуси такая обратная связь для органов власти является жизненно необходимой.

Описанные узконаправленные компетенции не исчерпывают список. Помимо перечисленных, представители профессионального сообщества среди необходимых общепрофессиональных компетенций *GR*-специалиста отмечают владение иностранными языками (прежде всего английским), основами психологии, а также ораторскими и презентационными навыками, наличие представления о глобальных и наиболее успешно применяемых в Беларуси механизмах реализации корпоративной социальной ответственности. Среди прочих, необходимых *GR*-специалисту качеств отмечаются коммуникабельность, аналитический склад ума, понимание ситуации в государстве, широкий кругозор, умение слушать и слышать, терпение.

Вместе с тем мнения представителей государственной власти и бизнеса несколько расходятся относительно наличия у специалистов в области *GR* специализированного экономического или юридического образования. Представители государственных органов указывают на то, что оно, скорее всего, не требуется, но подчеркивают, что многое зависит от специфики бизнеса и сектора, в котором ведется деятельность. Некоторые представители бизнеса, наоборот, считают, что идеалом для *GR*-специалиста было бы именно юридическое образование, поскольку юристы умеют хорошо излагать свои мысли. Отмечают представители бизнеса и важность знания официального протокола, принципов формального этикета. Отдельного упоминания заслуживают и подчеркиваемые многими респондентами знания в области психологии, необходимые для проведения переговоров и письменной коммуникации.

В рамках исследования, проведенного учеными Санкт-Петербургского государственного университета, были получены сопоставимые результаты. В частности, эксперты (представители профессионального сообщества) отмечали, что необходимыми для *GR*-специалистов являются следующие навыки и качества: знание отрасли, к которой принадлежат базисные субъекты *GR* (табачное производство, автомобилестроение и т. д.), юридические и общие знания (кругозор); коммуникативные навыки, навыки переговорщика и владение письменной речью; обучаемость, адаптивность, аналитический склад ума, оперативность. В качестве дополнительных, но от этого не менее важных выделяются знания американского опыта *GR*-коммуникации, английского языка, принципов корпоративной социальной ответственности, общественных интересов, психологические и педагогические знания, умение проводить презентации и планировать деятельность, логичность и уравновешенность, способность принимать решения [6].

Все перечисленные компетенции без каких-либо препятствий могут быть сформированы в процессе университетской подготовки. Однако необходимым условием построения учебного процесса является его организация таким образом, чтобы обучающиеся имели возможность приобретать системно поданную (пусть даже в сжатом виде) информацию и тут же закреплять ее путем тренингов. Здесь имеет смысл активно использовать наработки фундаментального образования отечественной высшей школы в сочетании с использованием современных форм обучения – творческих индивидуальных и групповых заданий, интерактивных тренингов, предполагающих максимальное вовлечение обучающихся в решение практических задач, характерных для деятельности специалиста в области *GR*. Система подготовки бизнес-коммуникаторов в условиях высшей школы, по нашему мнению, является актуальным направлением развития образования в области общественных коммуникаций.

Анализ действующих государственных образовательных стандартов и типовых учебных планов подготовки специалистов в области информации и коммуникации, включая перечень учебных дисциплин, позволяет говорить о том, что студенты именно этих специальностей наиболее полно овладевают знаниями, умениями и навыками, важными для работы в сфере связей с общественностью, и по окончании университета способны продемонстрировать перечисленные выше специальные компетенции, необходимые для осуществления профессиональной деятельности в сфере связей с органами государственной власти.

Для активизации притока молодых специалистов в сферу *GR* необходима полная институционализация данного вида деятельности – это повысит ее статус, «выведет из тени» и придаст легитимный характер. Отсутствие должности *GR*-специалиста особенно значимо для выпускников университетов: правила государственного распределения требуют отправлять молодых специалистов на рабочие места, соответствующие полученной ими квалификации, что исключает распределение на несуществующие либо смежные должности. Поэтому в настоящее время университетская подготовка *GR*-специалистов упирается в барьер отсутствия государственного признания данной деятельности. Кроме того, существование профессии де-факто, но не де-юре существенно затрудняет ее репрезентативное исследование, снижает самоидентификацию *GR*-специалистов, порождает сомнения в востребованности приобретаемых за годы учебы в университете знаний и навыков.

Вместе с тем, как указывает большинство респондентов, специалистам в области *GR*-коммуникации требуются значительный жизненный опыт, наличие большого количества контактов, вовлеченность в профессиональную среду, глубокое знание отрасли, в которой осуществляется взаимодействие бизнеса и власти. Очевидно, что недавние выпускники (бакалавры) не обладают в подавляющем большинстве необходимым багажом социального капитала и опыта работы. В этом плане оптимальными представляются подготовка специалистов в области *GR* на уровне магистратуры, вовлечение обучающихся в практическую деятельность, выполнение конкретных реальных проектов. Все это невозможно без тесного взаимодействия академического сообщества, бизнес-структур и ассоциаций, государственных органов.

Первым шагом на пути к становлению *GR*-образования в Республике Беларусь можно считать проведение на базе Института журналистики БГУ в июне 2015 г. круглого стола «Институционализация профессиональной деятельности в сфере *GR*-коммуникации», на который были приглашены представители министерств экономики, торговли, иностранных дел, Минского городского исполнительного комитета, Верховного суда Республики Беларусь, бизнес-сообществ, *GR*-агентств, академического сообщества. В ходе дискуссии участники обсудили вопросы повышения эффективности коммуникации бизнеса и государственной власти, создания удобных для нее механизмов и площадок; проблемы статуса и институционализации профессии *GR*-коммуникатора; подходы к профессиональной подготовке специалистов в данной профессиональной области.

Участники круглого стола пришли к выводу о необходимости дальнейшей планомерной и долгосрочной работы по развитию *GR*. Были сформулированы тезисы, раскрывающие сущность данной работы.

- Для повышения эффективности коммуникации бизнеса и органов государственной власти и планомерного развития *GR*-сектора предлагается создать площадку для многостороннего общения – *GR*-клуб, призванный интенсифицировать диалог представителей бизнеса, государственной власти и практикующих специалистов по связям с органами государственной власти, а также представителей академической науки, ведущих теоретические и прикладные исследования в данной сфере и готовящих специалистов-коммуникаторов.
- Предлагается начать процесс институционализации профессии *GR*-специалиста, т. е. внести должность «специалист по связям (взаимодействию) с государственными органами» в ЕКДС.
- Относительно профессиональной подготовки специалистов в области *GR* предлагается инициировать открытие двухлетней образовательной магистерской программы «Корпоративные коммуникации»

в сфере *Government Relations*» (в соответствии со стандартами болонской системы) с максимально широким привлечением практикующих специалистов к созданию образовательного стандарта, составлению учебного плана и проведению занятий.

Таким образом, в ведущем национальном университете Беларуси созданы условия для подготовки высокопрофессиональных специалистов в области корпоративных стратегических коммуникаций. Среди перспективных тенденций ее развития – профильное обучение *GR*, в том числе в рамках специализированной двухлетней магистерской программы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК (*REFERENCES*)

1. Сидорская И. В. Паблик рилейшнз как общественное благо // Вестн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка, Педагагіка. 2012. № 3. С. 53–57 [Sidorskaya I. V. Public Relations as a societal benefit. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika*. 2012. No. 3. P. 53–57 (in Russ.)].
2. О внесении дополнений и изменений в некоторые постановления Министерства труда Республики Беларусь и Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь : постановление М-ва труда и соц. защиты Респ. Беларусь от 31 окт. 2013 г. № 106 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://content.schools.by/ministry/library/Pril-6-KH-Rukovoditel-fizvospitaniya.pdf> (дата обращения: 01.08.2015).
3. Сидорская И. В. Формирование профессиональных компетенций выпускников, востребованных на рынке GR-услуг // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : материалы 54-го Междунар. форума (Санкт-Петербург, 22–24 апр. 2015 г.) / ред.-сост.: С. Г. Корконосенко, Д. П. Гавра. СПб., 2015. № 3 (S4). С. 257–260 [Sidorskaya I. V. Formation of professional competence of graduates, marketable GR-Service. *Vek informacii. Media v sovremennom mire – Peterburgskie chteniay : materialy 54 Mezhdunar. foruma* (Saint Petersburg, 22–24 Apr. 2015). St. Petersburg, 2015. No. 3 (S4). P. 257–260 (in Russ.)].
4. Котиев Д. Б. GR-технологии как эффективное средство оптимизации отношений между бизнесом и властными структурами в России // Государство, бизнес, общество: проблемы оптимизации взаимодействия / под ред. Л. Е. Ильичевой. М., 2010. С. 180–191.
5. Ачкасова В. А. GR как составляющая политического маркетинга // Науч. тр. Сев.-Зап. ин-та упр. 2012. Т. 3, № 1. С. 376–383 [Achkasova V. A. GR as a component of political marketing. *Nauch. tr. Sev.-Zap. inst. upr.* 2012. Vol. 3, No. 1. P. 376–383 (in Russ.)].
6. Быков И. А., Дорский А. Ю. GR в Санкт-Петербурге: состояние, проблемы и перспективы // Медиаскоп. 2014. № 2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1536> (дата обращения: 01.08.2015) [Bykov I. A., Dorskiy A. Y. GR v Sankt-Peterburge: sostoyanie, problemy i perspektivy. *Mediaskop*. 2014. No. 2 [Electronic resource]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1536> (date of access: 01.08.2015) (in Russ.)].
7. Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ / И. В. Сидорская [и др.]. Минск, 2015.
8. Об обращении граждан и юридических лиц : Закон Респ. Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-3 // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=2/1852> (дата обращения: 01.08.2015).

Статья поступила в редакцию 28.12.2015.
Received by editorial board 28.12.2015.