

Л.А. САВИЦКАЯ

ПРЕСС-ЦЕНТР КАК СУБЪЕКТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВА: СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Рассматривается роль пресс-центров в развитии общественных связей в белорусском государстве в постсоветский период. Особое внимание уделяется структуре, принципам работы, задачам Национального пресс-центра Республики Беларусь.

The article is devoted to the press-centres, also its specific role in the development of public relations in Belarus during the post-soviet period. The author gives short information about history of establishment of the National press-centre of Belarus, marks out the main principles of its work, goals and also analyzes the main structure.

Выделение в комплексе социально-гуманитарных дисциплин, исследующих динамику современных информационно-коммуникационных процессов, пресс-центра в качестве самостоятельной структуры в системе связей с общественностью (public relation - PR) является принципиально новым шагом. Учитывая кардинальные преобразования в производстве и распространении социально важной информации в постсоветских государствах, всестороннее изучение данной тематики имеет большое научно-практическое значение. В этом контексте такой субъект коммуникационной деятельности, как пресс-центр, представляет собой уникальный предмет анализа, поскольку, с одной стороны, это сравнительно устоявшееся образование, которое возникло в инфраструктуре советских СМИ в перестроечный период и было непосредственно связано с функционированием центральных институтов союзного подчинения: информационных агентств, крупных партийных газет, всесоюзных комитетов по телевидению и радиовещанию и пр. С другой стороны, в силу конкретной социально-политической обусловленности причин появления пресс-центр в обществе переходного типа играет ключевую роль в трансформации прежних, патерналистских форм коммуникации между государственными органами управления и социумом, тем самым способствуя быстрейшему укоренению демократических норм в политике взаимоотношений власти и граждан. Вследствие этого пресс-центр среди других служб по связям с общественностью можно рассматривать как системообразующий феномен в дальнейшей институционализации публичных отношений на государственном уровне.

Этот вывод подтверждается изучением эволюции и специфики коммуникационной деятельности в различных звеньях связей с общественностью в Республике Беларусь, где институты PR начали активно формироваться с 1992 г. Они представлены управлениями по связям с общественностью, должностными лицами по связям с прессой при республиканских и местных органах власти, а также при отдельных ведомствах (например, МВД) и их административно-территориальных подразделениях. Однако с учетом национальной модели социально-политического развития, ориентированной на укрепление вертикали управления, новые коммуникационные субъекты не полностью обеспечивают растущие потребности молодого государства в установлении прямого диалога с гражданами. Этот фактор вызвал необходимость создания в 1993 г. Национального пресс-центра Республики Беларусь (Белпрессцентра), который с 1994 г. подчиняется Администрации Президента. На базе белорусского Дома прессы в 1995 г. был образован еще один пресс-центр республиканского уровня - «Международный центр интеграционной информации. Общественный пресс-центр Дома прессы». Эти специализированные организации, предлагающие связи с общественностью как основной продукт информационно-коммуникационной деятельности, завершили этап первичной институционализации системы PR в государственной сфере.

Упорядочение функций и инфраструктуры PR-отношений с включением в них пресс-центров в рамках типологического подхода позволяет сопоставить этот процесс в Беларуси с аналогичными в других странах. Президент Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) М.А. Шишкина отмечает, что пресс-центры на основе типологических признаков можно отнести к группе самостоятельных PR-фирм, число которых в мире растет и чья деятельность предполагает осуществление многопрофильных коммуникационных работ и мероприятий по связям с общественностью (Шишкина 1999, 391). Отдельные аспекты типологизации анализировались и некоторыми белорусскими (Соколовский 2003, 20), и украинскими авторами (Моисеев 2002, 341), которые предприняли попытку выделить пресс-центр в качестве самостоятельного коммуникационного субъекта.

Большое значение для теоретического выявления отличительных черт подобных коммуникационных субъектов в нашей стране имеет также сравнение их деятельности с практическим опытом других стран, что позволяет увидеть, как сильно преломляются базовые принципы публичных отношений в пределах различных культурно-исторических типов государств. Американская и западноевропейская традиции учитывают специфику исторически сложившейся американской модели демократического общества, основной ценностью которой является свободный доступ граждан к информации. Однако это не исключает корреляцию самого содержания коммуникации в соответствии с конкретными социально-национальными условиями. Так, во Франции и Германии институционализация PR-отношений между государством и обществом осуществляется с помощью четко выраженных социально ориентированных приоритетов в выборе информационно-коммуникационных стратегий (Василенко 2003, 20).

Особый интерес представляет опыт использования PR-технологий в государственных структурах Российской Федерации. Здесь система связей с общественностью вобрала в себя некоторые существенные принципы политической и деловой культуры Запада, что наложило отпечаток либерализма на закрепление его оснований в многочисленных декларациях национальных ассоциаций публичных отношений. Однако основной базой учреждения пресс-центров в России в качестве многопрофильных структур являются профессиональные информационные или общественные организации: агентство ИТАР-ТАСС, Союз журналистов, Национальный институт

прессы и другие, специфика которых позволяет оперативно производить и распространять информацию по всем возможным каналам (Шишкина 1999, 319).

Таким образом, несмотря на обширный эмпирический материал освоения и реализации PR-деятельности в различных специализированных организациях, системах и государствах в целом, определение признаков пресс-центра как самостоятельного института по связям с общественностью и методологическое уточнение критериев его деятельности пока остается в теории публичных отношений открытым вопросом. Между тем функционирование пресс-центра в качестве координирующей государственной информационно-коммуникационной структуры, что следует из эволюции системы PR в Республике Беларусь, тесно взаимосвязано с целями и задачами последовательного осуществления такой информационной политики государства, которая должна обеспечивать прозрачность принятия важнейших для граждан решений и подконтрольность их выполнения со стороны граждан.

Исходя из этого, изучение деятельности пресс-центров как типологического феномена, имеющего общие особенности функционирования, специфические задачи и особую организационную структуру, приобретает своевременность и актуальность.

Пресс-центры существенно отличаются от других субъектов PR-деятельности: пресс-служб, отделов по связям с общественностью, информационных отделов и т. п., которые обычно являются подразделениями конкретной организации. Первое самое очевидное отличие состоит в том, что пресс-служба выполняет функции связи со СМИ при каком-либо должностном лице или руководящем органе, что ограничивает тематическое содержание информации. В то же время в перечень информационных интересов пресс-центра входит весь тематический срез социально-политической, экономической и культурной жизни общества. Из Положения о Национальном пресс-центре Республики Беларусь, утвержденного в 1993 г., видно, что задачами пресс-центра являются производство информационных продуктов, востребованных широкими группами общественности, а также обеспечение информационными материалами республиканских и региональных органов управления (Положение... № 350). Вторая особенность пресс-центра заключается в его специфической роли координатора, «регулирующего» информационных потоков, возникающих при увеличении численности средств массовой информации и соответственно коммуникаторов, дающих информацию изданиям (Соколовский 2003, 20). Третья особенность тесно связана со спецификой отношений с работниками средств массовой информации. Для журналистов, которые осуществляют регулярное «хождение во власть», работа с пресс-центром по сравнению с обращением во внутренние отделы органов управления имеет ряд преимуществ: доступ к более широкому диапазону опыта, контактов и экспертизе, возможности варьирования пресс-мероприятий и программ. Это также облегчает общение с репортерами, поскольку сотрудники такой организации имеют дело с представителями СМИ постоянно и эти контакты, естественно, прочнее (Моисеев 2002, 341). Кроме того, специалисты пресс-центра организуют мероприятия в необходимом, достаточном объеме, что значительно повышает эффективность самого процесса коммуникации: определяют место и время встречи, анонсируют ее, готовят сценарий, приглашают представителей СМИ и гостей, составляют пресс-релизы и другие информационные документы, осуществляют подборку публикаций по теме.

Обобщая изложенное, можно сказать, что пресс-центры отличаются универсальностью производимых услуг и продуктов. Как правило, связи с общественностью - одна из возможных услуг наряду с рекламной, информационно-рекламной, издательской деятельностью и другими видами работ по производству коммуникационной продукции.

Таким образом, пресс-центр, по сути, является PR-агентством государственного масштаба, в задачи которого входят:

- информирование граждан о деятельности государственных структур;
- обеспечение активного участия граждан в государственных программах (например, участие в выборах) и поддержки ими так называемых регулирующих программ (переписи населения, борьбы с курением, наркоманией и т. д.);
- стимулирование поддержки гражданами социально значимых программ и общественных движений;
- создание благоприятного имиджа государственных структур.

На этих принципах основано функционирование Национального пресс-центра Республики Беларусь, содержательное поле деятельности которого занимает значительное место в информационном пространстве страны. Пресс-центр работает в тесной связи с официальными руководящими органами, отличается широтой контактов, значительным объемом проводимых мероприятий. В коммуникационной схеме деятельности Белпрессцентра можно выделить три целевые группы аудитории, с которыми он взаимодействует:

1) средства массовой информации, информационные агентства, пресс-службы Беларуси и зарубежных стран;

2) государственные органы власти, общественно-политические объединения, пресс-службы главы государства, Администрации Президента, Совета Министров и Национального собрания Республики Беларусь, в условиях смежных задач осуществляющие с пресс-центром прямые информационные обмены;

3) общественные организации и группы, которые оказывают непосредственное влияние как на СМИ, так и на соответствующие структуры в органах власти.

В связи с этим основой деятельности пресс-центра должна являться та организационная структура, которая позволила бы наилучшим образом взаимодействовать с названными группами, продуктивно распределять и направлять усилия сотрудников и, таким образом, удовлетворять потребности всех участников коммуникации. Для достижения поставленных целей применяются разнообразные технологические приемы и формы организации взаимосвязей с обществом, которые реализуются через деятельность отделов. Ряд реорганизаций пресс-центра позволил поднять на новый уровень оперативность его реагирования на возникающие проблемы общественной жизни.

В работе Белпрессцентра с момента его создания наметились два приоритетных направления: информационно-аналитическое и организационное. Изменение в 1994 г. политического устройства белорусского государства обусловило появление новых задач по производству и распространению государственной информации. Было создано пять рабочих групп, нацеленных на деятельность в более широком диапазоне: отдел по связям со СМИ, информационно-аналитический и редакционно-издательский отделы, отдел кино- и видеопродукции и группа перевода (пресс-центр выполнял функцию аккредитации иностранных журналистов до передачи данных полномочий управлению информации Министерства иностранных дел Республики Беларусь). Переподчинение Белпрессцентра непосредственно Президенту подняло его общественно-политический статус внутри административной системы, прежде всего у линейных руководителей, многие из которых не всегда понимали значимость работы с общественностью. Существует, однако, и критический взгляд на этот факт, навязавший пресс-центру жесткий административный контроль и ограничивающий его возможности по предоставлению общественности альтернативных программ и точек зрения. Нельзя не отметить, что сейчас развитие социально-комму-

никативной деятельности пресс-центра во многом сдерживается организационной, научно-методической и кадровой необеспеченностью.

Однако если в середине 1990-х гг. организационные изменения касались в первую очередь качественных показателей - сокращения отделов, то к концу столетия усилия преобразователей были направлены на саму систему управления информационными связями. В настоящее время в Белпрессцентре существуют три отдела: организации и обработки информации; информационно-аналитический и редакционно-издательский. Отдел организации и обработки информации насыщает информационный поток, направленный от органов государственной власти к СМИ. Организуя пресс-конференции, брифинги, «круглые столы», записи теле- и радиопрограмм, встречи и интервью, он осуществляет диалог руководителей, специалистов министерств и ведомств с журналистами. Эффективность общественных связей во многом определяет принцип демократии, который проявляется в открытости информации. Приоритет открытости Белпрессцентра для СМИ различного профиля, форм собственности и политических пристрастий заложен в концепции деятельности учреждения (Об образовании... № 83). Принцип демократии проявляется в предоставлении равных возможностей для получения информации разными СМИ, в отсутствии ограничений на допуск журналистов на пресс-мероприятия, в открытости системы оповещения редакций о графике работы и общедоступности информационных баз пресс-центра. Отдел организации и обработки информации также налаживает взаимодействие СМИ и сотрудников пресс-служб органов управления, оказывает помощь представителям белорусских и зарубежных масс-медиа в осуществлении профессиональной деятельности: от проведения презентаций до содействия в решении организационных, технических и кадровых вопросов. Обслуживая зарубежных корреспондентов, в первую очередь российских, во время их поездок по республике, пресс-центр участвует в выполнении Беларусью международных соглашений в области информации.

Однако работа Национального пресс-центра не ограничивается взаимоотношениями со средствами массовой информации. Важной функцией общественных связей является выявление новых тенденций в развитии общественного мнения, социальных и экономических сфер. Одно из требований, предъявляемых к современным аналитическим разработкам, заключается в том, чтобы помочь руководству в создании творческих и прагматических программ коммуникаций, которые опираются на полную и объективную информацию (Ньюсом, Терк, Крукеберг 2001, 20-21). Национальный пресс-центр не только организует и распространяет информацию, но и проводит анализ информационных потоков, результатами которого пользуются руководители госучреждений, а также дипломаты, распространяющие информацию о стране за рубежом. Информационно-аналитический отдел пресс-центра производит отбор, анализ материалов белорусских и зарубежных информационных агентств, теле-, радиопередач и печати, ведет аналитико-прогностические базы данных, в том числе ретроспективные. Аналитическая информация, которую получает население от органов управления, позволяет моделировать имидж органов власти, создает благоприятный образ социально-политического действия, существующего в конкурентном поле альтернативных программ. Средством поддержания имиджа самого пресс-центра является предоставление точной, полной информации в соответствии со сроками проведения мероприятий. Этому способствует наличие собственного web-сайта в Интернете (www.bpc.by).

Публикация аналитических материалов, статистических данных препятствует внешнему медиавлиянию деструктивного характера и защищает интересы белорусской информационной политики. Издательская деятельность Белпрессцентра представлена информационным бюллетенем «Ново-

сти недели», где в рубриках «Актуалии», «Обзоры прессы», «Белпресс-центр: пресс-мероприятия», «У наших соседей», «Постфактум» содержатся стенографические отчеты о пресс-мероприятиях, дайджесты отечественной и зарубежной периодики, результаты социологических исследований. Широкая сеть рассылки издания позволяет развивать информационный потенциал белорусских региональных органов власти.

В результате исследования функционирования Национального пресс-центра Республики Беларусь можно сделать вывод о том, что по массовости воздействия, оперативности и степени актуализации СМИ пресс-центры по сравнению с другими субъектами PR-деятельности имеют несравнимо большие возможности. Организационное устройство пресс-центров должно определяться функциональными обязанностями их подразделений, позволяющими эффективно взаимодействовать с социальной средой.

Деятельность пресс-центров усиливает тенденции к систематизации связей с общественностью в Республике Беларусь. При этом совершенствование работы с гражданами зависит от новых проектов по распространению официальной информации, разрабатываемых совместно с министерствами и ведомствами, поэтому представляется целесообразным дополнить полномочия пресс-центров функцией методического руководства их пресс-службами. Одним из важнейших вопросов развития коммуникационного потенциала государства остается вопрос субординации между службой по связям с общественностью и линейными руководителями. В государственном управлении эта тенденция еще только формируется, поэтому место службы по связям с общественностью в структуре власти во многом зависит от позиции высшего руководства. В любом случае основанием для дальнейшего развития современных общественных связей в государственных структурах должны стать отечественная культурная традиция и ценности гражданского общества.

ЛИТЕРАТУРА

- Василенко И. Связи с общественностью в государственных органах и местных органах власти: западный опыт // Проблемы теории и практики управления. 2003. № 4. С. 39-43.
- Ньюсом Д., Терк Дж., Крукберг Д. Все о PR: Теория и практика паблик ри-лейшнз. 7-е изд. М., 2001.
- Моисеев В. А. Паблик рилейшнз - средство социальной коммуникации (теория и практика). Киев, 2002.
- Положение о Национальном пресс-центре Республики Беларусь. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28 мая 1993 г. № 350 // Збор пастаноў урада Рэспублікі Беларусь. Мн., 1993. № 9. С. 16.
- Об образовании Национального пресс-центра Республики Беларусь. Постановление Совета Министров от 19 февраля 1993 г. № 83 // Национальный реестр правовых актов 19 сент. 2001. №5/8176.
- Современные коммуникационные технологии в государственной информационной политике: Докл. и выступления на науч.-практ. конф. 25 июня 2003 г. Мн., 2003.
- Распоряжение Главы Администрации Президента Республики Беларусь от 26 декабря 1994 г. № 13ра «Вопросы Национального пресс-центра» // Збор указаў Прэзідэнта і пастаноў Кабінета Міністраў Рэспублікі Беларусь. Мн., 1994. № 22. С. 22.
- Соколовский И.В. Проблемы коммуникации в государственной информационной политике // Современные коммуникационные технологии в государственной информационной политике: Докл. и выступления на науч.-практ. конф. 25 июня 2003 г. Мн., 2003. С. 19-24.
- Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб., 1999.

Поступила в редакцию 15.05.06.

Лилия Алексеевна Савицкая - преподаватель кафедры технологий коммуникации.