

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И КОРПОРАТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ОРГАНАХ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

С. В. Венидиктов

Могилевский институт

*Министерства внутренних дел Республики Беларусь,
ул. Крупской, 67, 212011, г. Могилев, Республика Беларусь,
venidiktov@institutemvd.by*

Рассматривается содержание коммуникационной политики в органах внутренних дел (ОВД) Республики Беларусь как элемента корпоративной культуры сотрудников. Анализируется специфика корпоративной коммуникации в ОВД как фактора информационной безопасности государства. Целью исследования является актуализация перспективных направлений совершенствования информационно-коммуникативной деятельности ОВД, проявляющейся в категориях корпоративной культуры и реализующейся на уровне системы корпоративной коммуникации. Практическое значение исследования обусловлено возможностью использования его результатов в целях совершенствования информационной политики ОВД.

Ключевые слова: корпоративная культура; корпоративная коммуникация; органы внутренних дел; информационная безопасность; профессиональная этика.

CORPORATE CULTURE AND CORPORATE COMMUNICATION IN THE INTERNAL AFFAIRS

S. V. Venidiktov

Mogilev Institute of the Ministry

of Internal Affairs of the Republic of Belarus,

67, Krupskaya Str., 212011, Mogilev, Republic of Belarus

Corresponding author: S. V. Venidiktov (venidiktov@institutemvd.by)

The content of communication policy in the internal affairs bodies of the Republic of Belarus is considered as an element of the corporate culture of officers. The specifics of corporate communication in militia as a factor of state information security is analyzed. The aim of the study is to actualize promising areas for improving the information and communication activities of the militia,

manifested in the categories of corporate culture and implemented at the level of the corporate communication system. The practical significance of the study is due to the possibility of using its results in order to improve the information policy in militia.

Key words: corporate culture; corporate communication; internal affairs bodies; information security; professional ethics.

Корпоративная культура сотрудников органов внутренних дел (ОВД) Республики Беларусь представляет собой совокупность принятых норм поведения и взаимоотношений (как внутри системы МВД, так и с внешней аудиторией), традиций и символики. Ее очевидная особенность – опора на этические составляющие профессиональной деятельности, юридически закрепленные Приказом МВД от 4 марта 2013 г. № 67 «Об утверждении Правил профессиональной этики сотрудников органов внутренних дел Республики Беларусь» [1]. Объединяющие, ориентирующие и направляющие нормы, а также ценности, цели и способы их достижения, универсальные для сотрудников ОВД, таким образом, являются неотъемлемым компонентом в структуре профессиональной деятельности. Их утверждение и распространение обеспечивается, в первую очередь, действующей системой коммуникации – обменом информацией и взаимодействием между структурными подразделениями ОВД и целевой аудиторией (к таковой можно отнести все население республики), принятыми формами общения в рамках служебной субординации. Корпоративная коммуникация в ОВД несет на себе отпечаток доминирующего в правоохранительных структурах республики иерархического типа корпоративной культуры, к особенностям которого относятся формализация, достаточно жесткое структурирование, доминирование установленных процедур и официальной политики, долгосрочная организационная предсказуемость.

Особенность коммуникационной политики в ОВД – необходимость ее соответствия Концепции информационной безопасности Республики Беларусь, в первую очередь – в сфере информационной безопасности. В главе 9 «Государственное реагирование на риски, вызовы и угрозы в информационной сфере» Концепции предусмотрены направления противодействия угрозам информационной безопасности: а) сбор информации об используемых технологиях, способах деструктивных информационных воздействий и совершения киберпреступлений; б) анализ, оценка и прогнозирование состояния информационной безопасности; в) выявление реализующихся вызовов и угроз в информационной сфере;

г) локализация негативных последствий киберугроз; д) восстановление нанесенного вреда [2]. Это означает, что задачей коммуникационной политики ОВД становится формирование устойчивости национального сегмента информационного пространства к деструктивному информационному воздействию, в случае необходимости – противодействие подобному влиянию. В этой связи задачей, решение которой находится в сфере проявления категорий корпоративной культуры, является развитие информационной культуры сотрудников ОВД, формирование навыков осознанной информационной активности на индивидуальном уровне.

Согласно требованиям МВД Республики Беларусь, важное значение имеет мониторинг Интернета на предмет активности сотрудников ОВД в социальных сетях, а также выявление на интернет-сайтах информации, компрометирующей сотрудников [3]. Считается нарушением служебной (трудовой) дисциплины размещение в аккаунтах социальных сетей материалов, направленных на подрыв авторитета, имиджа, доверия к ОВД. К их числу могут быть отнесены: а) фотографии с нарушением формы одежды; б) публикация и репост информации, содержащей признаки асоциального, девиантного поведения, пропаганду исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их социальной, расовой, национальной, религиозной, гендерной или языковой принадлежности; в) пропаганда и публичное демонстрация, изготовление и распространение нацистской символики или атрибутики, распространение экстремистских материалов и т. д.

Корпоративная коммуникация в ОВД нашла отражение также в Стратегии совершенствования информационно-коммуникативной деятельности органов внутренних дел и внутренних войск Министерства внутренних дел Республики Беларусь [4]. В данном документе отмечен ряд приоритетных направлений, направленных на формирование эффективной системы обратной связи между ОВД и населением:

1. Выработка единых подходов к своевременному реагированию на недостоверные сведения, дискредитирующие ОВД, принятие эффективных мер воздействия по отношению к лицам и организациям, причастным к их распространению. Меры реагирования, помимо предусмотренных действующим законодательством, связаны с созданием правоохранительными органами собственного информационного контента, способного нейтрализовать недостоверные сведения.

2. Информационная открытость правоохранительной системы связана с активизацией освещения в СМИ деятельности ОВД, в т. ч. путем оказания содействия медиаструктурам в создании контента, ведении

постоянных информационных программ, подготовки разъяснений по проблемным вопросам. Также важное значение имеет активное использование собственных коммуникативных ресурсов: интернет-сайтов, печатных СМИ, групп в социальных сетях и мессенджерах.

3. Осуществление мониторинга материалов, публикуемых СМИ, а также открытыми сетевыми ресурсами (видеоблоги, сообщения в социальных сетях, мессенджерах и т. п.).

4. Своевременное выявление источников угроз информационной безопасности (целенаправленная либо стихийная деятельность отдельных граждан, групп), принятие мер по привлечению к ответственности лиц, распространяющих в СМИ заведомо ложную или недостоверную информацию. Здесь важно проведение научного анализа об используемых способах деструктивного информационного воздействия на ОВД, прогнозирование потенциальных рисков.

5. Обеспечение соблюдения норм профессиональной этики и общепринятых норм морали в медийных материалах, посвященных деятельности ОВД. В этой связи особое значение принимает знание и понимание сотрудниками норм и требований, изложенных в Приказе МВД «Об утверждении Правил профессиональной этики...» [1].

6. Проведение разъяснительной работы с сотрудниками ОВД по вопросам размещения на личных страницах в социальных сетях текстов, аудиовизуальных материалов, способных нанести вред личной безопасности сотрудников (членов их семей), вызвать негативный общественный резонанс, подорвать авторитет ОВД. Принципиальный момент: несмотря на то, что аккаунт в социальной сети – личный, информация о служебной деятельности не является личным достоянием сотрудника, т. к. затрагивает вопросы функционирования ОВД в целом. Это не означает, что сотрудник не может иметь аккаунты в социальных сетях – такие требования подразумевают лишь высокий уровень личной ответственности за создание своего информационного облика.

7. Осуществление обучения сотрудников ОВД взаимодействию со СМИ по программам повышения квалификации и переподготовки.

8. Изучение и использование отечественного и международного опыта обеспечения информационной безопасности в деятельности правоохранительных органов. Несмотря на значительные отличия в деятельности правоохранительных органов в различных государствах, цели информационно-коммуникативного обеспечения их функционирования и задачи в сфере информационной безопасности основаны на одних принципах.

Таким образом, системная работа по формированию эффективной системы корпоративной коммуникации становится одним из существенных факторов утверждения положительного имиджа, повышения доверия общественности к органам внутренних дел, а также устранения информационных условий для формирования преступных схем.

Библиографические ссылки

1. Об утверждении Правил профессиональной этики сотрудников органов внутренних дел Республики Беларусь : Приказ Министерства внутренних дел Республики Беларусь от 04.03.2013 № 67 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.
2. О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь : Постановление Совета Безопасности Респ. Беларусь от 18 марта 2019 г. № 1 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.
3. *Венидиктов С. В., Ваишрова Н. В.* Интернет-коммуникация в деятельности органов внутренних дел : методические рекомендации. М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь». Могилев : Могилев. институт МВД, 2019. 52 с.
4. О совершенствовании информационно-коммуникативной деятельности : Приказ Министерства внутренних дел Республики Беларусь от 09.09.2019 № 249 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА КАФЕДРЫ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ ПРИ ПОМОЩИ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

А. А. Веретено

*Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,
ул. Нефтезаводская, 11, 644077, г. Омск, Россия,
vereteno_aa@mail.ru*

Целью исследования является ознакомление слушателей с практически-ми аспектами формирования идентичности бренда кафедры маркетинга и рекламы «МиР» при помощи SMM и AR (дополненной реальности), и ис-