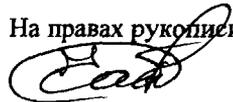


На правах рукописи



*Чабан Олег Яковлевич*

**Институт связи с общественностью в военном управлении  
Российской Федерации: проблемы становления и  
повышения эффективности**

Специальность 23.00.02 – политические институты,  
этнополитическая конфликтология, национальные и политические  
процессы и технологии

**Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук**

Москва – 2006

Работа выполнена на кафедре политологии Военного университета

Научный руководитель	кандидат философских наук <b>Брега Александр Васильевич</b>
Научный консультант	доктор политических наук, доцент <b>Кривенко Анатолий Михайлович</b>
Официальные оппоненты	доктор политических наук, профессор <b>Костин Анатолий Викторович</b>  кандидат политических наук, доцент <b>Слободчиков Олег Николаевич</b>
Ведущая организация	<b>Военно-инженерная академия</b>

Защита состоится « 18 » мая 2006 года в 13 часов на заседании диссертационного совета по политическим наукам (Д-215.005.02) при Военном университете (123001, Москва, ул. Б.Садовая, 14).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Военного университета.

Автореферат разослан « 17 » апреля 2006 года

*Ученый секретарь  
диссертационного совета*

  
А.В. Брега

2006 А  
7902

## I. Общая характеристика работы

История и современная практика свидетельствуют, что задачи военной политики государства довольно сложно решать без достаточно мощной поддержки общества. Поэтому перед государственной властью, органами военного управления Российской Федерации сегодня отчетливо стоит проблема построения гибкой и открытой системы взаимодействия с общественностью (политическими партиями, движениями, союзами, ассоциациями, иными общественными организациями и религиозными объединениями, средствами массовой информации, депутатским корпусом, различными социальными общностями). Такое взаимодействие предполагает создание демократических институтов, способствующих расширению и углублению контактов армии и гражданского общества, в частности института связи с общественностью («паблик рилейшнз»).

Актуальность исследования определяется следующими обстоятельствами:

- во-первых, становлением и упрочением демократических начал в отношениях Российского государства и гражданского общества, в том числе, связанных с обороной и военной безопасностью страны. За последние пятнадцать лет существенно изменились содержание и формы военно-гражданских отношений. Это во многом обусловило становление института связи с общественностью в военном управлении и в свою очередь вызвало потребность научного осмысления его места и роли в современных условиях;

- во-вторых, возросшим вниманием со стороны российского общества к проблемам Вооруженных Сил. Люди хотят и имеют право знать: насколько обеспечена военная безопасность страны, каков уровень правопорядка и нравственности в воинских коллективах, чего можно ожидать от тех или иных изменений в военной организации и многое другое. Чтобы удовлетворить интерес общественности по этим вопросам необходимо организовать постоянные коммуникации между субъектами военного управления и различными сегментами внутренней и внешней среды армии (широкая общественность, средствами массовой информации, госструктуры, бизнес, представители общественные и религиозные организации, а также военнослужащие ветераны, члены их семей и т.д.);

- в-третьих, нынешним состоянием военно-гражданских отношений, которые недостаточно развиты и транспарентны. Многие стороны жиз-



недеятельности Вооруженных Сил все еще остаются излишне закрытыми для внимания и контроля со стороны общества. Такое положение дел неблагоприятно сказывается на доверии населения к Вооруженным Силам;

- в-четвертых, широким и разнонаправленным распространением информации о Вооруженных Силах России. При этом различные источники нередко содержат информацию, которая не только не соответствует официальной точке зрения органов военного управления, но и реальной действительности. Для того, чтобы избежать подобных ситуаций нужны теоретические и прикладные разработки противодействия этому негативу. Сегодня требуется такая организация коммуникации, которая способствовала бы повышению доверия общественности к информации, исходящей от органов военного управления, что невозможно без опоры на принципы и технологии «паблик рилейшнз»;

- в-пятых, расширением взаимодействия органов военного управления с зарубежной общественностью, прежде всего в связи с участием российских войск в антитеррористической борьбе, а также в миротворческих операциях. Необходимо изучение и обобщение опыта, накопленного в сфере общественных коммуникаций военного управления зарубежных стран.

**Степень научной разработанности проблемы.** Возникновение «связи с общественностью» как вида практической деятельности и области научного поиска относится к началу XX века, хотя отдельные ее элементы имеют более глубокие исторические корни. На сегодняшний день «связи с общественностью» – это бурно развивающаяся сфера деятельности, которая находит свое отражение, как в зарубежных, так и отечественных исследованиях. С определенной долей условности исследования, посвященные данному феномену можно разделить на три основные группы.

Первую группу образуют научные источники, в которых анализируются общие вопросы теории и практики связей с общественностью в различных областях социальной деятельности.<sup>1</sup> В них раскрывается

---

<sup>1</sup> См.: *Блэк С.* Паблик рилейшнз. Что это такое?: Пер. с англ. – М., 1990; *Буари Филипп А.* Паблик рилейшнз, или стратегия доверия / Пер. с фр. – М., 2001; *Доти Д. И.* Паблсити и паблик рилейшнз: Пер. с англ. – М., 1996; *Карпухин О.И., Макаревич Э.Ф.* Формирование масс: Природа общественных связей и технологии «паблик рилейшнз»: Опыт историко-социологического исследования. – Калининград, 2001; *Катлин Скотт М., Сентер Алэн Х., Брум Гелен М.* Паблик рилейшнз. Теория и практика. – М., 2003; *Кузнецов В.Ф.* Связи с обще-

сущность, структура, а также основы организации и технологии связи с общественностью.

Вторую группу составляют исследования, анализирующие место, роль и особенности связи с общественностью в политике и государственном управлении, процесс их институционализации в современных условиях<sup>1</sup>. Кроме того, в них уделяется значительное внимание проблемам совершенствования и повышения эффективности служб связи с общественностью в политико-административном управлении органов

---

свенностью: Теория и технологии. – М., 2005; *Лебедева Т.А.* Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика. – М., 1996; *Невзлин Л.Б.* «Паблик рилейшнз» - кому это нужно? – М., 1993; *Ньюсом Д., Терк Ван Слайк Д., Кружеберг Д.* Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз: 7-е изд. Пер. с англ. – М., 2001; *Пашенцев Е.Н.* Связи с общественностью: мировая практика и современная Россия. – М.: ИТРК РСПП, 2000; *Почепцов Г.Г.* Паблик рилейшнз. – Киев, 1996; *Почепцов Г.Г.* Паблик рилейшнз для профессионалов – М., 2003; Самые успешные PR-кампании в мировой практике / Пер. с англ. – М., 2002; *Тульчинский Г.Л.* Public relations: репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. – СПб., 1994; Управление общественными отношениями / Под общ. ред. В.С. Комаровского. – М., 2003; *Шишкина М.А.* Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб., 2002; *Яковлев И.П.* Паблик рилейшнз в организациях. – СПб., 1994.

<sup>1</sup> См.: *Анникова В.А.* Информационная политика в системе властных отношений: региональный аспект: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.:РАГС, 2001; *Безгодова О.В.* «Паблик рилейшнз» в системе политического управления современной России: тенденции развития: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.:РАГС 1997; *Векслер А.Ф.* Связь с общественностью исполнительной власти современной России: особенности, механизмы и проблемы функционирования: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.:РАГС, 2000; *Жарникова Э.Б.* Совершенствование деятельности служб по связям с общественностью региональных органов власти Российской Федерации в процессе выработки политико-административных решений: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.: РАГС, 2001; *Колотий И.А.* Становление служб по связям с общественностью органов федеральной власти России: проблемы институционализации и повышения эффективности: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.:РАГС, 2004; *Костеева М.А.* Роль корпоративных связей с общественностью в управлении клиентно-ориентированной организацией: (Социологический анализ): Автореф. дис... канд. социол. наук. – М.:РАГС, 2001; *Ольшанский Д.В.* Политический PR. – СПб., 2003; *Савинова О.Н.* Связи с общественностью в органах регионального управления. – Н. Новгород, 1997; *Синяева И.М.* Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. – М., 1998; Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В.С. Комаровского. – М.: РАГС, 2001; *Тучков С.М.* Паблик рилейшнз в политическом процессе современной России: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.:МГУ, 2001; *Устинович Е.С.* Связи с общественностью в государственном управлении Германии. – Киев, 2003.

государственной власти.

И, наконец, третью группу составляет литература, в которой затрагиваются аспекты информационной деятельности органов военного управления, так или иначе связанные со становлением и функционированием института связи с общественностью в военной сфере.<sup>1</sup> Здесь особенно следует выделить работы А.Е. Ужанова и Г.В. Парфенова, исследующие связи с общественностью в военной организации<sup>2</sup>. Однако, являясь сугубо социологическими, они только частично рассматривают политическое содержание отношений общественности и органов военного управления.

Таким образом, очевидно, что наибольшее внимание исследованию связи с общественностью уделяется в сфере экономики, социального и государственного управления. Что же касается военного управления, то связи с общественностью в основном рассматриваются в контексте вопросов информационного обеспечения военной деятельности, в качестве частной информационной технологии. Вне рамок изучения остается

---

<sup>1</sup> См.: *Бровко С.А.* Военно-гражданские отношения: содержание, типология и особенности в России: Автореф. дис... канд. филос. наук. – М.: ВУ, 1997; *Брега А.В.* Информационное обеспечение военно-политической деятельности государства: Автореф. дис... канд. филос. наук. – М.: ВУ, 2000; *Вацаев С.П., Мухин В.Г.* Военная печать в условиях перехода к демократическим формам государственного управления. – М.: ГА ВС, 1994; *Герасимов А.В.* Общественное мнение и военная политика. – М.: ГА ВС, 1994; *Карпов С.И.* Проблемы взаимодействия органов военного управления с общественными структурами Вооруженных Сил. – М.: ГА ВС, 1993; *Организация информирования общественности о жизни и деятельности Вооруженных Сил Российской Федерации* (Под общ. ред. *Н.А. Дербина*). – М.: ГШ ВС РФ, 2003; *Прудников Л.А.* Политические технологии как фактор формирования имиджа Вооруженных Сил Российской Федерации: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.: ВУ, 2004; *Поздняков А.И.* Информационное противоборство в жизни общества и в современных войнах: тенденции и перспективы развития. – М.: ВАГШ, 1998; *Прилепский В.Ю.* Информация как фактор формирования политического сознания военнослужащих ВС РФ: Автореф. дис... канд. полит. наук. – М.: ВУ, 2001; *Скок А.С.* Социальные технологии в системе управления военной организацией. – М.: ВУ, 1997; *Шаталов А.Ф.* Информационное обеспечение в деятельности органов военного управления Вооруженных Сил Российской Федерации: Автореф. дис... канд. социол. наук. – М.: ВУ, 2000.

<sup>2</sup> См.: *Ужанов А.Е.* Система «Public relation» (связей с общественностью) в Вооруженных Силах: сущность, проблемы функционирования, пути формирования: Автореф. дис... канд. социол. наук. – М.: РАГС, 1997; *Парфенов В.Г.* Связи с общественностью в управлении военной организацией: проблемы институционализации. – М.: ВУ, 2002.

анализ политического содержания, современных возможностей и путей развития института связи с общественностью как необходимого условия эффективности военного управления.

Исходя из вышеизложенного, автором сформулированы объект, предмет, цели и задачи исследования.

**Объектом исследования** выступает институт связи с общественностью в военном управлении как элемент военно-гражданских отношений.

**Предметом исследования** является процесс институционализации связи с общественностью в системе военного управления Российской Федерации и направления его совершенствования.

**Основная цель исследования** состоит в осуществлении комплексного политологического исследования специфики и проблем становления института связи с общественностью в военном управлении Российской Федерации, также возможностей повышения эффективности его функционирования.

Достижение указанной цели предусматривает решение следующих задач:

- выявление структурных компонентов института связи с общественностью в военном управлении;
- исследование состояния и специфики функционирования этого института;
- анализ организационных, коммуникационных и технологических проблем и возможностей института связи с общественностью в системе военного управления;
- определение приоритетных путей совершенствования института связи с общественностью в военном управлении.

**Теоретико-методологическую основу исследования** составили концептуальные идеи и положения политической и социологической науки по вопросам политических коммуникаций, технологий формирования общественного мнения, а также труды, посвященные военно-гражданским отношениям и проблемам институционализации связи с общественностью в военном управлении. Исследование проводилось на основе сочетания теоретических и эмпирических методов. При разработке диссертации использовались сравнительный, системно-функциональный и деятельностный подходы.

**Эмпирическую основу диссертации** составляют нормативно-правовые акты, регулирующие социально-политическую деятельность в информационном пространстве России; этические кодексы различных

ассоциация «национал-патриотизм», секретные служебные документы государственных организаций, ведомств, в том числе Министерства обороны РФ по организации связи с общественностью; результаты социологических исследований ВЦИОМ, ФОМ и РОМИР, материалы отечественной и зарубежной печати, а также публикации в Интернете, отражающие различные аспекты связей с общественностью в сфере военно-гражданских отношений.

Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, приложения и библиографии.

Во введении дается обоснование актуальности темы диссертации; характеризуются состояние и степень ее научной разработанности; определяются объект, предмет, цель и задачи, а также научная новизна диссертации; формулируются положения, выносимые на защиту, характеризуются теоретико-методологические и эмпирические основы исследования.

В первом разделе – «Институт связи с общественностью в военном управлении: сущность, содержание и основные функции» - рассмотрены различные теоретические подходы к проблематике отношений государства с общественностью, показано место института связи с общественностью в военном управлении, представлено авторское понимание связи с общественностью органов военного управления. Особое внимание уделено анализу политического содержания института связи с общественностью в военном управлении.

Во втором разделе – «Современное состояние и проблемы функционирования института связи с общественностью в военном управлении Российской Федерации» - в содержательно-прикладном аспекте анализируются роль и особенности связи с общественностью в системе военного управления Российской Федерации, рассматриваются проблемы институционализации отношений с общественностью.

В третьем разделе – «Основные направления совершенствования института связи с общественностью в военном управлении Российской Федерации» - речь идет о необходимости развития нормативно-правовой базы, организационной структуры ПР-деятельности органов военного управления в области общественных связей, ее технологий и форм.

В заключении формулируются теоретические выводы и практические рекомендации, предназначенные для дальнейшего развития института связи с общественностью органов военного управления Российской Федерации.

## **II. Научная новизна исследования и обоснование положений, выносимых на защиту.**

Научная новизна исследования состоит в следующем:

- в определении понятия «институт связи с общественностью в военном управлении», политологическом обосновании его сущности и содержания;
- в раскрытии роли и обосновании необходимости дальнейшей институционализации связи общественностью в военном управлении РФ;
- в выявлении современной специфики функционирования института связи с общественностью в военном управлении РФ;
- в обосновании путей совершенствования института связи с общественностью в военном управлении РФ.

### **Положения, выносимые на защиту**

*1. Обоснование политической природы, содержания и функций института связи с общественностью в военном управлении.* Успешное решение задач по обеспечению военной безопасности страны требует наличия достаточно мощной общественной поддержки. Однако её вряд ли можно получить, если Вооруженные Силы не имеют тесной связи с обществом, а проблемы, с которыми они сталкиваются, решаются исключительно своими силами. Возникает объективная необходимость постоянного контакта между армией и гражданским обществом, всестороннего развития конструктивных, сбалансированных отношений в системе «общество – Вооруженные Силы». Это тем более важно, когда в нынешних условиях нередко ведется жесткое пропагандистское воздействие на общественное мнение, цель которого – вызвать в нем негативное отношение к армии, что в итоге приводит к осложнению отношений между обществом и армией.

Важную роль в утверждении цивилизованного взаимодействия армии и общества должны играть сегодня специализированные институты. Одним из относительно новых институтов, реализующих функцию установления и поддержания позитивного диалога между армией и обществом, является институт связи с общественностью («паблик рилейшнз»). Функционально, в самом общем виде, связи с общественностью в военном управлении представляют собой деятельность органов военного управления, направленную на установление отношений взаимопонимания и поддержки Вооруженных Сил и общественности в це-

лях создания благоприятных условий для успешного выполнения стоящих перед ними задач.

Под институтом связи с общественностью в военном управлении автор понимает устойчивую совокупность специальных структур, норм и правил, методов и технологий деятельности, направленных на обеспечение эффективных публичных коммуникаций и оптимизацию отношений между Вооруженными Силами и обществом.

По мнению соискателя в функционировании института связи с общественностью заметное место занимает политическая составляющая, заключающаяся в достижении взаимопонимания, устойчивых и доброжелательных отношений между армией и гражданским обществом, а также в обеспечении необходимого уровня поддержки населением и военнослужащими военной политики государства. Это тем более важно, что в военно-гражданских отношениях всегда наличествуют политические интересы, учет которых составляет важную сторону работы специалистов по связям с общественностью. Принимая чисто административные решения, военный управленец вполне реально может столкнуться с тем, что они впоследствии могут получить политическую окраску. Соответственно в отношениях с гражданским населением органы военного управления не могут не учитывать политические позиции тех социальных групп и организаций, с которыми им приходится иметь дело. Кроме того, в процессе взаимодействия с общественностью в вопросах защиты Отечества большую роль играют политические ценности и символы, выступающие в форме определенных политических взглядов, установок, идеологических доктрин.

В целом институт связи с общественностью в военном управлении призван содействовать адаптации Вооруженных Сил к происходящим социально-политическим изменениям, обеспечивать динамическое равновесие коммуникационных процессов в системе отношений «Вооруженные Силы - гражданское общество», противодействовать созданию негативного имиджа Вооруженных Сил в общественном мнении.

Исходя из сформулированных положений, автор выделил конкретные социально-политические аспекты связи с общественностью, которые присущи деятельности органов военного управления: 1) проведение мониторинга общественного мнения по вопросам военной политики и жизнедеятельности войск; 2) изучение динамики и тенденций развития военно-гражданских отношений и выявление противоречий между Вооруженными Силами и обществом; 3) прогнозирование общественно-политической ситуации вокруг Вооруженных Сил; 4) осуществление

диалога с обществом относительно целей и характера деятельности Вооруженных Сил, воинских ценностей, социального предназначения армии, военно-исторических традиций России; 5) консолидация ответственности в поддержку Вооруженных Сил в целях укрепления духовно-нравственных основ их деятельности; 7) оперативное реагирование на распространение в средствах массовой информации провокационных и диффамационных материалов антиармейской направленности; 8) информационное обеспечение деятельности Вооруженных Сил в экстремальных, кризисных и чрезвычайных ситуациях (например, участие воинских контингентов в миротворческих операциях, локализации межнациональных конфликтов и т.п.), а также участие в информационно-психологическом противоборстве; 9) информирование общественности о решениях, принимаемых органами военного управления, и их реализации; 10) формирование благоприятного имиджа Вооруженных Сил; 11) налаживание контактов с партиями, общественными объединениями, СМИ, органами государственной и местной власти, предприятиями, вузами и т. д.

Таким образом, институт связи с общественностью в военном управлении представляет важный элемент в построении субординационных и координационных связей в системе военно-гражданских отношений. Основными направлениями его деятельности являются следующие: информационно-аналитическое обеспечение органов военного управления по вопросам военно-гражданских отношений; информирование российской и зарубежной общественности; лоббирование интересов Вооруженных Сил в органах государственной власти; военная реклама, координация участия военных в информационной политике; взаимодействие с политическими партиями и общественными организациями.

***2. Характеристика процесса институционализации и современного состояния связи с общественностью в военном управлении.*** На этапе перехода России от традиций государственного патернализма к модели социально-партнерских отношений армии с обществом органы государственного и военного управления отчетливо осознали необходимость построения более гибких, неконфликтных, самонастраивающихся систем взаимодействия с общественностью в интересах достижения в обществе согласия и взаимопонимания относительно замысла и путей военной модернизации России. В немалой степени это осознание обусловлено тем, что организационные преобразования и практические

шаги по реформированию военной организации России на протяжении последних пятнадцати лет существенно изменили отношение общества к ратному труду, что выразилось в падении престижа военной профессии. Сегодня мы становимся свидетелями становления и дальнейшего развития института связи с общественностью в военном управлении Российской Федерации.

В процессе институционализации связей с общественностью в Вооруженных Силах Российской Федерации можно выделить несколько этапов.

Первый этап (1991 - 1994 гг.) – это время, когда коммуникации между армией и обществом носили чрезмерно политизированный характер, связанный с общей обстановкой в стране. Только за период с 1991 по 1994 г. центральные органы Минобороны, в компетенцию которых входили вопросы координации отношений Вооруженных Сил с общественностью, претерпели более четырех реорганизаций. Кроме того, постоянное реформирование органов воспитательной работы, которое ранее осуществляли взаимодействие с общественностью, не способствовало становлению института связи с общественностью. В то время фактически не было опыта организации работы с общественностью как по причине новых социально-политических условий, в которых оказалась армия, так и неэффективности старых форм и методов взаимодействия с общественностью и элементарного незнания основ современного «публик рилейшнз».

Указанные другие недостатки наглядно проявились в 1994 г. когда началась первая чеченская кампания. «В Чечне западные телекамеры стали вещать из Грозного, прежде чем началось вторжение войск. Правительство России, вероятно, еще не осознало, что телевизионное освещение вооруженных конфликтов в принципе изменилось. Российские власти надеялись провести скрытую операцию, как в Афганистане. Вместо этого прибытие российских воздушных и наземных сил получило почти такое же освещение, как высадка американских сил на Гаити»<sup>1</sup>.

Однако именно в данный период начинается активная разработка нормативно-правовой базы, и появляются первые структуры по связям МО РФ с общественностью. Так, были введены в действие «Положение о помощнике министра обороны РФ по связям с общественностью и прессой» и «Положение об Управлении информации и печати Мини-

---

<sup>1</sup> Gowig N TV brings war home to Russians as well // The Times. 19.12.1994.

стерства обороны РФ (которое впоследствии прошло ряд трансформаций и преобразований), а также «Положение о пресс-центре вида, округа, группы войск, флота, рода войск».

Второй этап (1995 г. - 1-я половина 1999 г.). Связи с общественностью в военном управлении получили дальнейшее институциональное развитие, особенно в отношениях со средствами массовой информации. Катализатором этого процесса явились военные действия в Чечне. Именно под давлением тех событий вводятся в действие «Положение о Пресс-службе Министерства обороны» и директива МО РФ «Об упорядочении работы с представителями средств массовой информации». В эти годы Российское государство не смогло достаточно четко сформировать общественное мнение, поддерживающее его усилия по сохранению территориальной целостности страны, пресечению сепаратистских движений. Причины этого многообразны. Они коренятся в частности, в недостаточности информационных и административных ресурсов, выделенных на организацию на отношения с общественностью военного ведомства, отсутствии подготовленных кадров в данной сфере, а также в активности сил, которые стремление упорядочить взаимодействия военного руководства со СМИ объявляли наступлением на свободу слова.

Однако именно в этот период произошло существенное изменение отношения к вопросам организации отношений с общественностью. События в Чечне и Югославии наглядно показали, что и эффективность использования военной силы в решении политических конфликтов, во многом зависит от формирования общественного мнения, обеспечения эффективных связей с общественностью. Данное обстоятельство и ряд других факторов способствовали коренному пересмотру подходов военного руководства России к дальнейшему развитию отношений с общественностью.

На третьем этапе (вторая половина 1999 г. по настоящее время) институт связи с общественностью начинает приобретать необходимую системность. Связи с общественностью становятся неотъемлемым механизмом обеспечения военной деятельности и осуществления военной политики. Высшее военно-политическое руководство стало уделять больше внимания организации отношений с общественностью. В последние годы в Вооруженных Силах наметилась устойчивая тенденция системного развития структур по связям с общественностью: большинство пресс-центров и служб приобрели статус самостоятельных структурных подразделений с соответствующей нормативно-правовой базой. Важным событием в институционализации связи с общественностью

стало создание Управления информации и общественных связей Министерства обороны РФ, имеющего статус центрального управления Министерства обороны. Появление такого органа свидетельствует о признании высшим военным руководством России отношения с общественностью как одно из важнейших направлений деятельности. Кроме того, существенным положительным моментом является все возрастающее внимание к институционализации связи с общественностью на уровне военного управления частей и подразделений.

В настоящее время в военном управлении Вооруженных Сил РФ процесс становления института связи с общественностью происходит по следующим направлениям:

- принятие специальных правовых, деловых и этических норм и предписаний, регулирующих деятельность соответствующих структур;
- определение и внедрение системы типовых действий, сложившихся в определенную социальную технологию «паблик рилейшнз»;
- создание условий для социального и политического контроля над функционированием данного института со стороны государства и гражданского общества;
- привлечение материальных, организационных, технологических и иных ресурсов для осуществления деятельности по налаживанию отношений с общественностью;
- подготовка для военного управления специального персонала, осуществляющего функции связи с общественностью.

Связи с общественностью в Вооруженных Силах в современных условиях представляются нам системой деятельности органов военного управления по организации взаимодействия с обществом. Посредством института связи с общественностью органы военного управления ВС РФ происходит налаживание взаимодействия с различными общественными партнерами – общественными организациями (в первую очередь патриотическими, правозащитными и религиозными), родительской общественностью, политическими партиями, средствами массовой информации, а также с органами государственной власти и местного самоуправления, местным населением в районах дислокации воинских частей и др.

Наличие в нынешней России широкого спектра общественных объединений требует особого подхода к ним со стороны органов военного управления. Все эти объединения различаются по мотивации и направленности своей деятельности, наличию ресурсов и возможностей. Формы взаимодействия с ними зависят от целого ряда условий: осознания

необходимости такого взаимодействия со стороны руководства военной организации России в целом и Вооруженных Сил в частности; авторитета и влияния общественных объединений и их способности агрегировать и артикулировать интересы различных социальных групп и слоев; готовности и умения лидеров подчинять личные амбиции интересам дела и т.д.

В то же время, несмотря на определенные позитивные сдвиги в развитии института связи с общественностью в военном управлении России, здесь имеется немало проблем. Наиболее актуальными из них являются следующие: недостаточно четкое нормативно-правовое регулирование ПР-деятельности в военном управлении; относительно низкое качество мероприятий по налаживанию отношений с общественностью, особенно в кризисных ситуациях; недостаточно развитая материально-техническая база; отсутствие системы подготовки специалистов в области информации и связей с общественностью; относительно слабые возможности лоббирования интересов военного ведомства в органах государственной власти.

**3. Результаты исследования специфики института связи с общественностью в военном управлении.** Связи с общественностью в военном управлении имеют свою специфику, которая заключается в следующем.

Во-первых, Вооруженные Силы являются относительно закрытой организацией. Информация о них со стороны военного ведомства, как правило, носит однонаправленный и дозированный характер, что особенно это проявляется в ситуации военного конфликта, когда вводится дополнительная цензура. В силу этого нередко создается почва для всевозможных интерпретаций и слухов, которые подрывают доверие людей к информации, поступающей из официальных источников. Поэтому особое значение приобретают опережающее информирование общественности о Вооруженных Силах, аргументированное разъяснение объективных трудностей в их жизнедеятельности, осуществляемые и планируемые меры по их преодолению.

Во-вторых, структура и особенности института связи с общественностью опосредованы самой иерархичностью военного управления. При этом каждый его уровень характеризуется своей степенью институционализации, специфики организации отношений с общественностью.

Первый уровень организации связи с общественностью – военно-политический. Он предопределяет общую направленность функциони-

рования института связи с общественностью в военном управлении. Организаторами отношений с общественностью здесь, прежде всего, выступает Пресс-служба Министра обороны и Управление информации и общественных связей МО РФ.

Институт связи с общественностью на данном уровне обеспечивает общественную коммуникацию с такими субъектами военно-политического руководства как Президент страны, Министр обороны и в определенной степени Генеральный штаб. С одной стороны, политическая значимость вышеназванных субъектов военного управления делает их объектом повышенного общественного внимания. С другой — для государственной власти очень важна общественная поддержка проводимой военной политики и принимаемых военно-политических решений. Отсюда большое значение приобретает налаживание коммуникаций с общественностью по проблемам военно-политической обстановки, военной реформы, военного сотрудничества с другими армиями, комплектования Вооруженных Сил, их боеготовности и морального духа личного состава войск и сил флота, научного, технического, социального и другого обеспечения армии. Кроме того, на этом уровне формируется внутриведомственная нормативная база отношений с общественностью органов военного управления, а также стратегия взаимодействия с общественными организациями, политическими партиями и средствами массовой информации.

Второй уровень обеспечивают органы военного управления видов Вооруженных Сил, родов войск, военных округов и отдельных армий. Как и на первом уровне, здесь также имеются штатные структуры, отвечающие за организацию и осуществление «паблик рилейшнз». Среди них прежде всего следует выделить пресс-службы и штатных помощников по связям с общественностью соответствующих органов военного управления. Объектом их внимания является та часть общественности, которая находится либо в границах военного округа или армии (т.е. здесь на отношения с общественностью накладывается региональная специфика), либо проявляет интерес к конкретному виду Вооруженных Сил (роду войск).

Связи с общественностью на данном уровне отличаются большей адресностью и зачастую не дают оснований для широких обобщений и выявления общих тенденций развития армии и флота. Они, выступая основой формирования множества коммуникационных потоков, имеют более разнообразное содержание и меньшую формализацию, так как более тесно связаны с непосредственным взаимодействием с общест-

венностью. В тоже время в отдельных случаях организация связи с общественностью на этом уровне может иметь общенациональный характер. Например, во время трагедии с подводной лодкой «Курск» общественность в основном получала официальную информацию не от пресс-службы Министерства Обороны, а от пресс-службы ВМФ. И это вполне логично и оправданно, так как только морской офицер способен квалифицированно объяснить различные нюансы сложившейся ситуации с подводной лодкой.

Третий уровень связи с общественностью обеспечивается в частях и подразделениях. Здесь коммуникации военных управленцев с общественностью имеют не только служебный, но и выраженный личностный, индивидуальный аспект. Это требует от военных управленцев конкретности и большого внимания и чуткости в отношении политических взглядов и убеждений, как самих военнослужащих, так и местного населения. Очень важно соблюдение принципа политкорректности, не только при осуществлении каких-либо мероприятий, но и в повседневной деятельности.

Отличительной чертой данного уровня связи с общественностью выступает его относительно низкая институционализация. Другими словами, на этом уровне связи с общественностью осуществляются не специально уполномоченными лицами, а являются частью служебной деятельности, повседневной практики военного руководителя. Вот почему выработка навыков налаживания и поддержания отношений с общественностью очень актуально на первичном уровне военного управления. Офицерам взводного, ротного, батальонного и полкового звена приходится непосредственно общаться с родительской общественностью, местным населением и местными органами управления и власти.

В-третьих, специфика функционирования института связи с общественностью в системе военного управления также обусловлена значительным местом и ролью в нем кризисных ситуаций (чрезвычайные происшествия, непосредственная угроза применения силы, вооруженный конфликт и т. п.). Для кризисной ситуации характерны разрывы стандартных коммуникативных процессов, нейтрализовать которые необходимо с помощью создания новых структур, каналов, методов формирования общественности. Основной задачей института связи с общественностью в такой ситуации является всестороннее прояснение ситуации, предотвращение паники и хаоса, обеспечение понимания и поддержки общественностью действий военного командования. Кроме того, важной частью работы субъектов связи с общественностью высту-

пает противодействие враждебной пропаганде. Ведь одна из задач противника в условиях военного противостояния и конфликта – дезинформация, создание в обществе обстановки неуверенности, недоверия к собственному военно-политическому руководству и Вооруженным Силам.

В целом, место и роль института связи с общественностью в кризисных ситуациях определяется следующим: а) кризис не может быть преодолен только средствами ПР, но в то же время без средств ПР он не может быть урегулирован; б) для служб связи с общественностью кризисное реагирование начинается там и тогда, когда появляется негативное общественное мнение, а события привлекают внимание масс и становятся предметом всеобщего обсуждения; в) наряду с позитивной информацией о Вооруженных Силах и их жизнедеятельности в условиях кризиса огромное значение имеют контрпропагандистские мероприятия. Для того, чтобы ПР-деятельность в кризисных ситуациях была более эффективной необходимо помнить следующем основополагающем принципе – выгоднее тратить средства на превентивные антикризисные мероприятия, чем демонстрировать свою растерянность и готовность на все в последний момент, когда кризис уже разразился и события пошли по стихийному сценарию.

Еще одна особенность состоит в положении тех, кто непосредственно занимается связью с общественностью в военном управлении. Их деятельность происходит как в сфере внутренней среде – в Вооруженных Силах, так и во внешней – сфере военно-гражданских отношений. Это единство, в свою очередь, определяет особое положение военного специалиста по связи с общественностью. Так, будучи военным человеком, он находится под одномоментным влиянием разных обстоятельств. С одной стороны, как военнослужащий, должен следовать нормам военно-корпоративной этики, которая, жестко определяя рамки дозволенного поведения, заставляет его практически всегда одобрять действия военного руководства. С другой стороны, он выступает представителем профессии, требующей обозначения своей гражданской позиции. Поэтому всегда может случиться ситуация, когда необходимо делать выбор между следования корпоративным интересам и убеждениями, связанными с гражданской позицией военнослужащего. Добиться сбалансированного соотношения этих векторов поведения бывает очень не просто.

**4. Обоснование направлений развития и совершенствования института связи с общественностью в военном управлении.** Сложность решения задач военного управления в Российской Федерации в современных условиях актуализируют роль и значение института связи с общественностью. Дальнейшее развитие связей с общественностью военного управления России, прежде всего, сопряжено с совершенствованием организации деятельности его структур (организационное направление); поиском методов и практик взаимодействия с общественными и государственными партнерами (коммуникативное направление); развитием технологий ПР-деятельности (технологическое направление). Это развитие должно подкрепляться совершенствованием нормативно-правовой базы, наличием достаточных материальных ресурсов, а также укреплением нравственных начал в отношениях с общественностью.

Организационное направление связано с закреплением необходимой структуры связей с общественностью в органах военного управления, её статуса, форм деятельности, а также прав и обязанностей военных кадров по выполнению ПР-функций. Оно включает в себя два аспекта: формальный и неформальный. Основанием их деления выступает наличие или отсутствие юридически оформленных структур, в обязанности которых входит поддержание отношений с общественностью.

Основными организационными мерами, которые должны повысить эффективность функционирования института связи с общественностью в военном управлении, являются:

- во-первых, четкое определение и разграничение функций органов информационного обеспечения, находящихся в ведении Управления информации и отношений с общественностью МО РФ и Главного управления воспитательной работы, других субъектов связи с общественностью военного управления. При этом необходимо, чтобы эти функции были не просто обозначены, но и закреплены нормативно, кадрово и технологически, а также имели достаточное научное обоснование;

- во-вторых, обеспечение взаимной дополняемости в работе различных субъектов связи с общественностью органов военного управления. Они не должны дублировать действия друг друга, а иметь свою нишу в системе связи с общественностью военного управления, в совокупности охватывая своим влиянием все слои населения и все структуры гражданского общества и давая свою интерпретацию всем сторонам жизнедеятельности Вооруженных Сил;

- в-третьих, упреждающее стратегическое и тактическое планирование деятельности и последующий контроль ее эффективности. Например, тактическая эффективность измеряется часто по промежуточным итогам (число ПР-акций, количество вовлеченных в них людей, объем теле- и радиопрограмм, опубликованных в прессе материалов, мониторинг выступлений в средствах массовой информации и т.д.). Однако более важен общий политический результат этих усилий, который выражается в первую очередь в степени доверия к армии;

- в-четвертых, совершенствование организации деятельности военной печати и телерадиовещания, пресс-службы и пресс-центров, которые, являясь инструментом ПР, обеспечивают циркуляцию как минимум трех потоков информации в отношении: а) российской общественности; б) личного состава Вооруженных Сил; в) зарубежной общественности;

- в-пятых, создание и развитие нештатных структур связи с общественностью на уровне военных гарнизонов и отдельных частей, в целях повышения эффективности взаимодействия военного командования и местного населения.

В немалой степени эффективность функционирования института связи с общественностью органов военного управления зависит от уровня подготовленности работающих в них людей. Поэтому необходимо решать существующую проблему кадрового обеспечения и повышения профессионализма тех, кто непосредственно организует и осуществляет взаимодействия с общественностью в органах военного управления. В этих целях представляется целесообразным организовать систему подготовки и переподготовки специалистов по связи с общественностью для всех силовых структур и ведомств военной организации России в Военном университете. Тем более уже имеются разработанные и апробированные методики и программы на основе Государственного образовательного стандарта, по специальности «Связи с общественностью», высоко подготовленные научно-педагогические кадры и соответствующая учебно-материальная база. Система подготовки и переподготовки специалистов в этой области должна быть непрерывной и многоуровневой. Поэтому целесообразно обеспечить ее функционирование не только в рамках военных вузов, но и в процессе командирской, общественно-государственной и иной подготовки офицеров в войсках.

Коммуникативное направление. Развитие института связи с общественностью в военном управлении невозможно без совершенствования форм и методов взаимодействия общественных объединений и органов

эффективности механизмов, обеспечивающих понимание и согласие между Вооруженными Силами и обществом. При этом следует опираться на основополагающие принципы взаимодействия с общественностью: добровольности, информированности, согласования, конкуренции, взаимной поддержки и ответственности.

Институт связи с общественностью должен создавать условия по предупреждению конфликтных ситуаций в военно-гражданских отношениях. Однако еще предстоит в полной мере осознать, что структуры связи с общественностью – не технический элемент органов военного управления. Они есть участники выработки, принятия и реализации военно-управленческих решений, затрагивающих социальные и политические интересы общественности. Учет мнения специалистов, в них работающих должен обеспечиваться адекватным статусом в структуре военного управления, совокупностью прав и обязанностей, позволяющих находить взаимопонимание между военным руководством и общественностью.

Технологическое направление совершенствования института связи с общественностью связано с рационализацией и оптимизацией деятельности органов военного управления в рамках отношений с общественностью. Технологии связи с общественностью разрабатываются применительно к неопределенному множеству ситуаций. Очень важно в процессе их формирования учитывать не только задачи, но и характер военно-управленческой деятельности. При этом технологии связи с общественностью могут задаваться органом военного управления, а могут формироваться в результате общения и рационализации живого опыта. Но наилучший результат обеспечивает применение комбинированного способа, когда нормативно-целевые задачи сочетаются с наблюдением и опытом тех, кто участвует в решении задач связи с общественностью. Вместе с тем необходимо помнить, что одни технологии постепенно устаревают и утрачивают свою эффективность, а другие, напротив, постоянно совершенствуются, а их управленческие возможности увеличиваются.

Среди технологий связи с общественностью, которые, требуют первоочередного развития, диссертант выделяет и рассматривает следующие: технологии создания имиджа, кризисные технологии, информационные технологии, а также в некоторой степени технологии социальной поддержки.

Таким образом, по мнению соискателя, проблемы совершенствова-

ния и развития института связей с общественностью в военном управлении РФ требуют комплексного подхода к их решению. И здесь первоочередными мерами должны стать: разработка концепции и поэтапная реализация долгосрочной стратегии взаимоотношений со средствами массовой информации; преодоление бюрократических барьеров и создание стройной системы связи с общественностью органов военного управления. Кроме того, необходимо постоянное согласование усилий штатных и внештатных субъектов связи с общественностью и четкая координация их деятельности; выработка единых организационных и этических подходов; создание соответствующей нормативно-правовой и материально-технической базы для последовательного осуществления реформирования информационно-издательского производства и развития военных СМИ; организация постоянного изучения общественного мнения о Вооруженных Силах, отслеживание его динамики и тенденций, выявление причин, условий и факторов, обуславливающих снижение престижа Вооружённых Сил.

### **III. Практическая значимость исследования и его апробация**

Практическая значимость исследования. Выводы, полученные в процессе исследования, а также рекомендации концептуального, структурно-функционального, организационно-технического и методического плана могут быть использованы органами военного управления Российской Федерации в становлении полновесной и дееспособной системы связи с общественностью, что, несомненно, благотворно скажется на военно-гражданских отношениях. Кроме того, материалы диссертации могут быть учтены при разработке концепции военно-гражданских отношений, мероприятий по формированию положительного имиджа Вооруженных Сил, в повседневной практике ПР-деятельности органов военного управления, а также в подготовке военных специалистов в области взаимодействия с общественностью.

Рекомендации практического характера можно объединить в две основные группы.

Первую группу рекомендаций составляют предложения, которые могут быть учтены органами высшего военного управления России. Диссертант считает целесообразным:

- улучшить координацию деятельности Министерства обороны с другими министерствами и ведомствами в отношениях с общественностью;

- выделить фиксированные статьи расходов в МО РФ на деятельность по развитию института связи с общественностью в военно-управленческой деятельности;

- создать в составе военно-научного комитета Генерального штаба ВС РФ научно-исследовательскую группу по изучению отечественного и зарубежного опыта связей с общественностью военных структур;

- разработать проект этического кодекса, с последующим его обсуждением и принятием государственными и негосударственными СМИ по освещению кризисных военно-политических ситуаций и происшествий, возникающих в Вооруженных Силах;

- организовать систему мониторинга военно-гражданских отношений;

- разработать систему мероприятий по формированию положительного имиджа Вооруженных Сил Российской Федерации за рубежом;

- ввести должность офицера по связям с общественностью во всех соединениях ВС РФ;

- в военных округах создать специализированные службы по связям с общественностью;

- учредить центр подготовки военных и гражданских журналистов и телеоператоров для работы в зонах боевых действий и в условиях чрезвычайных ситуаций;

- организовать в Военном университете Министерства Обороны подготовку военных кадров по специальности «Связи с общественностью».

Вторая группа – это рекомендации по использованию материалов исследования в учебном и воспитательном процессе. Основными из них являются:

- в рамках командирской и общественно-государственной подготовки регулярно проводить мероприятия по повышению политической компетентности офицерского состава и формированию у них навыков грамотного построения отношений с общественностью;

- при организации воспитательного процесса в Вооруженных Силах активно использовать современные технологии организации связи с общественностью, формировании такой внутриармейской культуры, которая положительно сказывалась бы на престиже военной службы и имидже военнослужащих в обществе.

- в высших военно-учебных заведениях, осуществляющих подготовку офицеров для органов воспитательной работы Вооруженных Сил ввести учебный курс – «Организация связи с общественностью».

Апробация работы. Основные теоретические положения и практические выводы диссертации апробированы в выступлениях автора перед профессорско-преподавательским составом кафедры политологии Военного университета, на межкафедральных семинарах, в процессе проведения занятий по политологии и политологии военного управления со слушателями и курсантами Военного университета, в публикации по теме исследования.

По теме диссертации имеется следующая публикация автора:

1. Чабан О.Я. Институт связи с общественностью в Вооруженных Силах России как объект политологического анализа // Сборник научных статей адъюнктов Военного университета. – М.: ВУ, 2005. – С. 54 - 72. (1.1 п. л.).

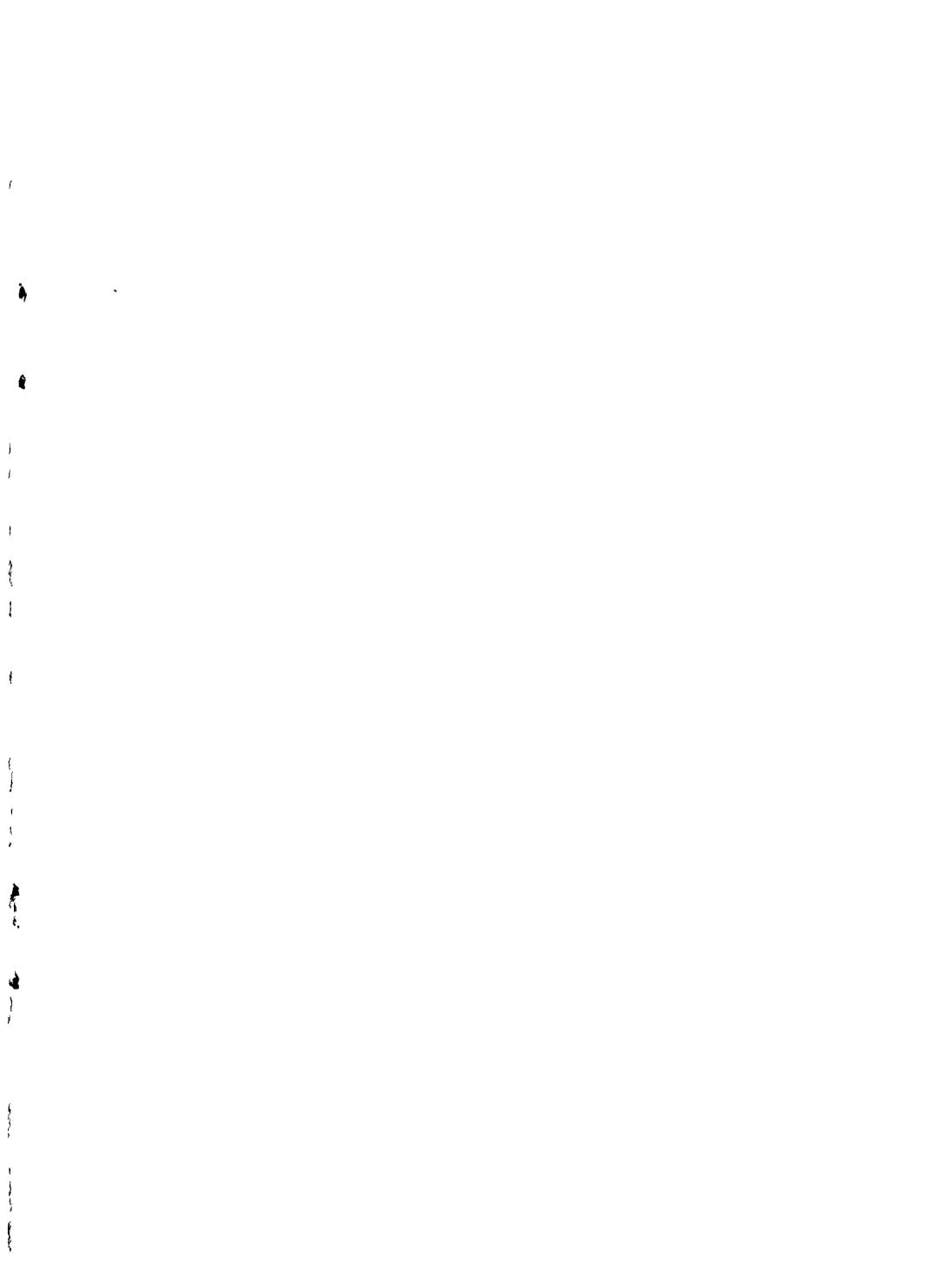


О. Чабан

Подписано в печать 14.04.06 г. Зак. 140  
Формат 60x84/16. Объем 1,5 п.л. Тираж 80  
Типография Военного университета

5.

6.



2006A  
7902

№-7902