

УДК 351.741

М. М. САППА,

доктор соціологічних наук, професор,

професор кафедри соціології та психології факультету № 6

Харківського національного університету внутрішніх справ;

 <https://orcid.org/0000-0002-2242-1004>

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПОЛІЦІЇ ПО ЗВ'ЯЗКАХ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ЗА ЗАКОНОМ УКРАЇНИ «ПРО НАЦІОНАЛЬНУ ПОЛІЦІЮ»

Подано вимоги Закону України «Про Національну поліцію» щодо необхідності здійснення поліцією зв'язків з громадськістю. Запропоновано напрями навчальної програми для підготовки фахівців у цьому напрямі.

Ключові слова: Закон України, поліція, зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз), підготовка кадрів, навчання курсантів, знання і навички.

Метою конференції за визначенням є обговорення проблем та перспектив професійної підготовки працівників Національної поліції в умовах реформування системи МВС України. У 2015 році Верховною Радою був прийнятий Закон України «Про Національну поліцію», який саме й знаходиться у річці масштабного реформування правоохоронної діяльності. Зміни, зазначені в Законі були обумовлені тим, що громадянське суспільство в Україні як окрема підсистема українського суспільства останнім часом активно розвивається, реформуючи свої соціальні інститути. За цих обставин політичній підсистемі українського суспільства, до якої належать і система Міністерства внутрішніх справ, необхідно при виконанні службових обов'язків встановлювати і розвивати стійкі двосторонні соціальні зв'язки з організаціями громадянського суспільства, з громадськістю, що безпосередньо передбачено у відповідних законодавчих актах.

Підтверджуючи ці соціальні реалії в країні, в низці норм «Закону України про Національну поліцію», декларується прямий обов'язок поліції встановлювати зв'язки і безпосередню взаємодію з громадськістю. А саме:

Стаття 5. Взаємодія поліції з органами державної влади та органами місцевого самоврядування.

Стаття 9. Відкритість та прозорість.

Стаття 11. Взаємодія з населенням на засадах партнерства.

Пункти 14, 15, 17, 18 статті 23. Основні повноваження поліції.

Стаття 41. Поліцейське піклування.

Розділ VIII Закону «ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ПОЛІЦІЇ», який включає статті:

Стаття 86. Звіт про поліцейську діяльність.

Стаття 87. Прийняття резолюції недовіри керівникам органів поліції.

Стаття 88. Взаємодія між керівниками територіальних органів поліції та представниками органів місцевого самоврядування.

Стаття 89. Спільні проекти з громадськістю.

Стаття 90. Залучення громадськості до розгляду скарг на дії чи бездіяльність поліцейських.

Реалізація цього Закону в повній мірі вимагає від української поліції необхідних знань та навичок для створення стійких зв'язків з громадськістю і взаємодії з нею на різних рівнях.

В нашій країні зв'язки з громадськістю є порівняно новою сферою діяльності, що бере свій початок наприкінці 80-х років минулого століття, коли в Харкові на базі Фізико-технічного інституту була створена перша в Україні інституція із зв'язків з громадськістю [1]. Професійно зв'язками з громадськістю як окремою діяльністю почали займатися у США ще з другої чверті XIX ст. Її виникнення пояснюється тим, що демократизація суспільства,

індустріалізація та концентрація і монополізація капіталу в США почалися раніш, ніж у Європі – це стимулювало розвиток діяльності з встановлення зв'язків із громадськістю як одного з необхідних інструментів прийняття рішень і управління. З того часу закріпилася назва *зв'язків із громадськістю* англійською мовою як *public relations* (паблік рілейшнз). Іноді для назви *зв'язків із громадськістю* (паблік рілейшнз) використовують її англійську аббревіатуру – PR, яка читається як «піар».

Зараз існує близько 500 дефініцій (визначень) PR. Вкажемо на деякі з них:

1. Паблік рілейшнз – це наука і мистецтво встановлення взаємного розуміння і доброзичливості між особистістю, або фірмою чи установою і громадськістю.
2. Паблік рілейшнз – мистецтво формування позитивної громадської думки і привабливого іміджу організації.
3. Паблік рілейшнз – спеціальна система управління інформацією (процесом виробництва інформації і поширенням готової інформаційної продукції) для цілеспрямованого формування громадської думки, що забезпечує довіру до організації.

Тут під «організацією» в широкому сенсі мається на увазі фірма, установа, організація, або окрема особистість, яка безпосередньо встановлює зв'язки із громадськістю. В нашому випадку це органи внутрішніх справ, що здійснюють зв'язки із громадськістю з метою встановлення взаємного розуміння, доброзичливості і довіри. Таким чином, громадськість виступає головним об'єктом діяльності паблік рілейшнз, а надана їй організацією, тобто органами внутрішніх справ, достовірна інформація є практично єдиним інструментом психологічного впливу на громадськість для досягнення мети організації.

У зв'язку з цим наприкінці минулого століття у Харківському університеті внутрішніх справ була розгорнута планова і системна підготовка міліціонерів – фахівців з PR. В той час на соціально-психологічному факультеті курсанти-соціологи навчалися по двох професійних напрямках: соціальна робота і паблік рілейшнз. В університеті був зібраний ансамбль високо-фахових викладачів і вчених, проводилися наукові конференції, захищалися дисертації з питань зв'язків з громадськістю, видавалися підручники і монографії (див. деякі з них: [2–7]). Ця діяльність була обумовлена зацікавленістю міліції у налагодженні довірчих зв'язків з населенням, що сприяло як ефективності її роботи, так і підтримці ОВС громадськістю. До того ж, встановлення безпосередніх зв'язків міліції з громадськістю забезпечувало й попередження акцій громадянської непокори, результати яких були дуже болісними як для суспільства, так і міліції [8].

Але, на жаль, у 2011 році був припинений набір курсантів на ці спеціальності, а останній випуск у ХНУВС правоохоронців-соціологів був здійснений у 2014 р.

На нашу думку для забезпечення кадрами діяльності з втілення в життя низки норм Закону України «Про Національну поліцію», що стосується обов'язків поліції встановлювати зв'язки і безпосередню взаємодію з громадськістю, необхідно здійснити навчання курсантів за відповідною навчальною програмою, яка буде спрямована на оволодіння ними знань про:

- основні поняття діяльності із зв'язків з громадськістю (інші назви: паблік рілейшнз, PR), її принципи та функції;
- зміст PR та теоретичні основи діяльності в сфері PR;
- особливості PR як соціальної технології;
- сутність громадськості, як основного об'єкта PR-діяльності;
- громадянську непокору та її сутність;
- громадську думку та особливості її формування щодо діяльності поліції;
- головні принципи роботи PR з основними групами громадськості та у спілкуванні з громадськими організаціями;
- етику паблік рілейшнз;
- статус, імідж, престиж поліції.

Набути ними при навчанні вміння та навички дозволять:

- оперувати основними термінами, що використовуються в PR;

- використовувати різноманітні методи вивчення громадської думки для практичної PR-діяльності;
- взаємодіяти з різними групами громадськості для здійснення PR-впливу на них;
- здійснювати PR-діяльність поліції в екстремальних ситуаціях громадянської непокори;
- проводити аналіз матеріалів масової інформації (ЗМІ) для вивчення прихованого в них PR-впливу;
- готувати інформаційні матеріали для ЗМІ;
- розробляти програми PR-акцій;
- вивчати іміджі осіб та підрозділів поліції та розробляти заходи щодо їх корекції або формування потрібного іміджу.

Очікувані результати такого навчання: сформовані у курсантів знання та навички дозволять застосовувати їх теоретичні знання та вміння у створення ефективних зв'язків поліції з громадськістю, впливати необхідним чином на громадськість інформаційно-психологічними методами, формувати у населення довіру до поліції, створювати іміджі поліції як загальної організації так і її окремих представників.

Список бібліографічних посилань

1. Саппа М. М., Дубинський В. Г. Головні напрями діяльності на Україні РЦГІ – регіонального центру громадської інформації з атомної енергетики // Тези доповідей учасників VI з'їзду Географічного товариства УРСР (м. Одеса, квітень 1990 р.). Одеса, 1990. С. 136–137.
2. Соболев В. О., Попова Г. В., Болотова В. О., Московец В. І. Міліція і населення – партнери / за заг. ред. О. Н. Ярмиша. Харків : Ун-т внутр. справ, 2000. 93 с.
3. Московец В. І. Взаємодія населення з міліцією: стан та шляхи удосконалення : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.03. Харків, 2001. 20 с.
4. Бандурка О. М., Соболев В. О., Московец В. І. Партнерські взаємовідносини між населенням і міліцією : підручник. Харків : Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. 346 с.
5. Взаимодействие милиции и населения: к итогам харьковского эксперимента : науч.-практ. пособие / А. М. Бандурка, А. Н. Ярмиш, В. А. Соболев и др. Харьков : Нац. ун-т внутр. дел, 2003. 288 с.
6. Бандурка О. М., Джафарова О. В. Міліція і населення: теорія і досвід партнерства : монографія. Харків : Нац. ун-т внутр. справ, 2004. 199 с.
7. Практикум по паблик рилейшнз. Тексты : хрестоматия / под ред. Н. О. Гордеевой. Харьков : Изд-во Харьков. нац. ун-та внутр. дел, 2007. 343 с.
8. Саппа М. М. PR-діяльність ОВС в екстремальних ситуаціях: громадянська непокора (методичні нотатки до викладання теми). *Вісник національного університету внутрішніх справ*. 2003. Вип. 22. С. 382–385.

Надійшла до редколегії 08.03.2019