

■ ■ ■ Управление публичными правоохранительными коммуникациями в рамках диалогово-партнёрской модели взаимоотношений органов внутренних дел и населения

Дрючина И.Н.

Академия управления Министерства внутренних дел Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье анализируется применение четырех моделей коммуникаций Дж. Грюнига и Т. Ханта (модель пропаганды, модель информирования общественности, двухсторонние ассиметричная и симметричная модели) в практике управления публичными правоохранительными коммуникациями. Автор приходит к выводу, что в наибольшей мере соответствует современным реалиям диалогово-партнёрская модель взаимоотношений органов внутренних дел и населения. Это даёт основание рассматривать управление коммуникациями ОВД как процесс организации системы коммуникаций и коммуникативного процесса между структурными подразделениями ОВД и населением, структурами гражданского общества и масс-медиа с целью обеспечения общественной безопасности. Основной задачей органов внутренних дел в управлении публичными правоохранительными коммуникациями становится конфигурирование релятивной сети, которая позволяет стейкхолдерам, вступать в связи и отношения, значимые для обеспечения общественной безопасности.

Ключевые слова: публичные правоохранительные коммуникации, двусторонняя симметричная коммуникация, органы внутренних дел, управление публичными правоохранительными коммуникациями

Для цитирования: Дрючина И.Н. Управление публичными правоохранительными коммуникациями в рамках диалогово-партнёрской модели взаимоотношений органов внутренних дел и населения // *Коммуникология*. 2018. Том 6. №1. С. 97-106. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-97-106.

Сведения об авторе: Ирина Николаевна Дрючина, заместитель начальника отдела делопроизводства и режима Академии управления Министерства внутренних дел Российской Федерации. Адрес: 125171, г. Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, д. 8. E-mail: dinikoll@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.12.2017. *Принята к печати:* 24.01.2018.

Информационно-телекоммуникационные технологии превратили мир в «глобальную деревню» [Маклюэн]. Принципиальное отличие современного общества в том, что сейчас несопоставимо больше коммуникаций. При этом коммуникация – это не только процесс трансляции информации от источника к полу-

чителю, а также взаимодействие как механизм этой трансляции. Этим процессом необходимо управлять, чтобы с уверенностью получить намеченный результат коммуникаций.

Управление коммуникацией связано с переходом от естественных процессов развития коммуникационных структур общества к ее искусственным механизмам конфигурирования. Органы внутренних дел не являются исключением.

Возникает необходимость управления системой социальной коммуникации общества, а не только коммуникационными каналами между органами внутренних дел как управляющей системой и обществом как управляемой системой. Но, как справедливо считает А.Б. Белоусов, сегодня не принято задумываться о том, что такое управление коммуникацией. И под вывеской управления социальными коммуникациями оказались связи с общественностью, реклама, социальная психология, политическое консультирование и ещё десяток новых видов деятельности [Белоусов].

Изменения в моделях коммуникации в системе управления публичными правоохранительными коммуникациями

По мнению Дж. Грюниг и Т. Хант имеется четыре исторически возникающие модели коммуникации: модель пропаганды (модель пресс-агента), модель информирования общественности (модель общественной информации), а также двухсторонние ассиметричная и симметричная модели [Grunig, Hunt].

Модель пропаганды появилась в период роста политической и общественной активности, связанной со становлением гражданского общества. Она стала основой информационных предвыборных кампаний политических партий или кампании по продвижению правительственных программ. Особенно активное развитие пропаганда приобретает в годы первой мировой войны. Негативной коннотацией понятие «пропаганда» наполнилось в XX веке в связи с широким её использованием во время второй и третьей («холодной») мировых войн. В рамках данной модели коммуникатор убеждает общество или отдельные социальные группы в конкретном мнении, при этом часть достоверной информации удерживается от получения адресатом. Модель пропаганды и сегодня остаётся востребованной как вид интенсивной коммуникации, позволяющий при необходимости за короткий срок добиться результата в распространении нужной информации и приобретении большого количества сторонников пропагандируемой идеи [Пратканис, Аронсон].

В деятельности органов внутренних дел широко применяется правовая пропаганда [Киселёва; Адаева, Шимкин; Титова], решающая вопросы распространения и разъяснения правовых норм, регламентирующих деятельность органов внутренних дел и целей и задач, поставленных перед ними. При этом признаётся, что разъяснение населению государственной политики в области охраны общественного порядка, борьбы с преступностью и предпринимаемых в органах внутренних дел мер по ее реализации выступает в качестве основополагаю-

щего условия формирования объективного общественного мнения относительно работы органов внутренних дел.

Модель информирования общественности опирается на принцип распространения информации без необходимости убеждения. Она получила распространение в тот период, когда считалось, что общество представляет собой совокупность граждан, способных делать осмысленный и разумный выбор. Согласно такой модели, к ключевому мнению адресат приходит самостоятельно. Положительная сторона модели в правдивости информации. Её основоположник Айви Ли, в качестве одной из основных задач организации считал работу с прессой. Отрицательная сторона состоит в использовании одностороннего канала коммуникации, что позволяет только донести новость к аудитории, но не понять реакцию последней.

Отметим, что Айви Ли первый выявил взаимосвязь между положительными публикациями в прессе об организации или публичных деятелей и достижением ими новых успехов. Именно данная взаимосвязь лежит в основе современных концепций паблиситного (репутационного) капитала, в том числе используемая для повышения имиджа органов внутренних дел [Дмитриев].

Популярное понимание коммуникационной деятельности в рамках модели информирования общественности введено С. Блэком, который считал, что паблик рилейшнз – это одновременно искусство и наука достижения гармонии с окружающей средой посредством достижения взаимопонимания, основанного на правдивой и полной информации [Блэк]. Говоря о гармонии с окружающей средой, С. Блэк разграничивает пропаганду и паблик рилейшнз. Он определяет пропаганду как «эгоистичное» информационное воздействие, основанное исключительно на узких личных интересах. В этом случае цель достигается при помощи искажения фактов. Пропаганда нацелена на формирование группы людей, разделяющих пропагандируемые идеи. Паблик рилейшнз, напротив, – этическая деятельность, предполагающая долгосрочную ответственность. Отметим, что простое информирование играет немаловажную роль для общества. Человеку необходимо быстро ориентироваться в условиях стремительно меняющейся социальной действительности.

В отличие от предыдущей модели двухсторонняя ассиметричная модель работает с двухсторонней передачей информации или обратной связью. Асимметрия возникает от приоритетности информационных сообщений коммуникатора над информацией адресата. Мнения последнего исследуется, но учитывается только в интересах коммуникатора. Представитель этого направления Э. Бернейс называл коммуникационную деятельность «инженерией общественного согласия» [Бернейс]. Эта модель характеризуется направленностью убеждения на конкретные целевые аудитории. Она основывается на уже имеющихся знаниях об общественности и информации, полученной от неё. Э. Бернейс признавал возможным манипулирование массами (особенно потребительскими), обращаясь к их подсознательному [Бернейс 2012].

В условиях реформирования органов внутренних дел именно данная модель де-факто стало основой реализуемой коммуникативной стратегии. Её выбор обусловлен возникшим нарушением сотрудничества органов внутренних дел с общественностью, с ощутимым понижением отдачи правоохранительной работы и, в соответствии с этим, с внезапным падением авторитета структур правопорядка и доверия к ним. Под воздействием данных обстоятельств исследователи, с одной стороны, направили свой интерес на традиционные проблемы совершенствования взаимодействия органов внутренних дел с общественностью и средствами массовой информации [Комлев, Толчинский; Лаврова], с другой стороны, обратили внимание на технологии связей с общественностью как на инструмент повышения имиджа органов внутренних дел, их репутации, как средство формирования нового механизма взаимодействия и сотрудничества с населением [Благоразумный, Коробов].

Активация работы по налаживанию взаимодействия с населением в системе МВД России связана с началом административной реформы, предусматривающей в качестве одного из важнейших направлений повышение эффективности взаимодействия органов власти и гражданского общества. При этом внимание сконцентрировано на исследовании связей с общественностью как особой функции управления, которая «...помогает устанавливать и поддерживать общие принципы общения, понимания, согласия и сотрудничества между организацией и соответствующим ей кругом лиц. Она включает в себя разрешение различных проблем, обеспечивает администрацию информацией об общественном мнении и способствует ответственному к нему отношению, определяет и усиливает ответственность руководства в удовлетворении общественных интересов, помогает администрации эффективно и заблаговременно проводить изменения, предвосхищая те или иные тенденции, и использует в качестве своих инструментов научно обоснованные, надёжные и этические методы общения» [Блэк].

Наконец, в последней модели Дж. Грюнига и Т. Ханта, названной ими двухсторонней симметричной моделью, баланс отношений между получателем и отправителем партнёрский, а информация из вида монолога превращается в диалог. Принятие такой модели ведёт к тому, что упор делается не только на «правильную» реакцию общества на информационное воздействие, но и на формирование определённого типа коммуникаций, при котором каждая сторона готова изменить своё поведение, чтобы приспособиться к нуждам и интересам других. Соответственно, в такой модели масс-медиа отводится роль не средств донесения директивной информации от управляющей системы к управляемой, не манипулятора, а коммуникативного канала, способствующего улаживанию диалога между всеми заинтересованными сторонами в решении социально значимых проблем [Адамьянц, Шилова]. Именно такая модель сегодня становится основой публичного управления [Зотов; Шарков].

Такая модель заставляет субъекта управления обмениваться информацией с другими заинтересованными сторонами, способными влиять друг на друга и приспосабливаться к позициям и поведению друг друга. В такой модели орга-

нам внутренних дел как коммуникаторам следует рассматривать аудитории не как фон или пассивных наблюдателей, а как участников решения важных вопросов общественной безопасности [Шарков, Силкин]. Организация должна обеспечивает *«право всех стейкхолдеров быть услышанными и отчитываться перед ними за свои действия»* [Взаимодействие с заинтересованными...].

Особенности двусторонней симметричной коммуникации в системе управления органов внутренних дел

Сегодня понятие «взаимодействие с заинтересованными сторонами» все чаще используется для описания более широкого, открытого для участия и продолжительного процесса с участием организации и стейкхолдеров, предполагающего использование широкого спектра социально-коммуникативных технологий. Это стало проявлением более масштабных изменений, происходящих в публичном управлении, субъекты которого всё глубже осознают, какими репутационными рисками чреваты плохие взаимоотношения с заинтересованными сторонами, и уделяет всё больше внимания вопросам прозрачности и отчётности своей деятельности.

Основной задачей субъекта публичного управления становится задача быть «модератором диалога». Он должен стать коммуникатором, принять управление коммуникациями на себя, то есть быть способным к созданию правил и границ коммуникации, выбору места, способа, каналов, средств коммуникации. В этом случае представителям заинтересованных сторон создаются условия (без жёсткого регламентирующего воздействия) для осуществления собственной стратегии деятельности в соответствии с личной позицией по данному вопросу. В этой модели коммуникация имеет взаимный характер, а соотношения сил её субъектов сбалансированы. В этом случае все акторы публичной правоохранительной коммуникации не выпадают из системы управления органов внутренних дел, а, наоборот, являются дополняющим звеном информационного обмена. Отсюда, управление правоохранительной коммуникацией предстаёт как *«управление органами внутренних дел той частью социальных коммуникаций на обслуживаемой ими территории, от которых зависит эффективность их работы и, как следствие, состояние правопорядка. Связи с общественностью выступают средством установления двухсторонних информационно-коммуникационных отношений между органами внутренних дел и их общественностью, направленных на её подробное и объективное информирование, на достижение и поддержание на этой основе взаимопонимания, доверия и сотрудничества»* [Воронина]. При этом подразделения информации и общественных связей, реализующие эту функцию, должны использоваться в качестве механизма учёта и согласования интересов диалогово-партнёрский тип связей с общественностью, а не быть средством одностороннего воздействия на целевую аудиторию, отказавшись от пропагандистского типа [Благодарный, Коробов: 28].

Несмотря на то, что к настоящему моменту в России сложилось понимание необходимости объединения усилий общества и органов внутренних дел, общественно-государственное партнёрство в этом направлении только начинает формироваться. Его уровень и содержание, с одной стороны, характеризуют современное состояние управленческой деятельности в сфере внутренних дел, а с другой – являются критерием развитости публичного управления в российском обществе. Для целей управления правоохранительные коммуникации органов внутренних дел можно рассматривать как структурированное публичное пространство коммуникаций и выстроенный процесс информационного взаимодействия для формирования новых и корректировки старых общих смыслов, выработки общих дискурсов. Ведущая роль в этом взаимодействии принадлежит органам внутренних дел, которые и должны взять на себя роль модератора и модернизатора сложившихся коммуникативных практик, то есть принять управление правоохранительными коммуникациями на себя. В общем случае управлением правоохранительными коммуникациями подразумевает инициацию, направление и контроль над коммуникациями, а также над информационными процессами в контексте основной деятельности органов внутренних дел. А. Файоль, который считается основоположником теории менеджмента, характеризовал функции управления следующим образом: предвидеть; организовать; руководить; координировать; контролировать [Файоль]. Рассматривая данный комплект управленческих действий как базовый, соотнесём его с управлением социальной коммуникацией. Управлять коммуникацией означает: ставить цели коммуникации; определять коммуникативные стратегии и конкретные действия, направленные на достижение целей; организовать осуществление этих коммуникативных действий; координировать взаимодействие коммуникаторов; контролировать и корректировать процесс по результатам коммуникации [Федотова: 5].

Основным подходом к управлению публичной правоохранительной коммуникации является системный, который позволяет рассматривать последнюю как устойчивую систему акторов, вступающих во взаимодействия в целях реализации ими своих интересов. В этом случае необходима системная работа по налаживанию и поддержанию таких отношений, которая состоит в том числе из постоянного анализа целевых аудиторий и ключевых персон, анализа изменения моделей мышления этих целевых аудиторий, разработки способов и каналов налаживания и поддержания взаимоотношений, отслеживания обратной связи. Понимание системной организации правоохранительной коммуникации может способствовать устойчивому диалогу и налаживанию партнёрства между органами внутренних дел и обществом.

Для каждой сферы человеческой деятельности социальные коммуникации обладают особенностями, которые, если следовать логике структуры коммуникативного акта «кто, кому, что и каким образом передаёт», для коммуникаций в системе управления ОВД будут проявляться в целях и каналах (средствах), коммуникаторе и адресате.

Цель публичной правоохранительной коммуникации вытекает из их целевой функции системе управления ОВД – охрана общественного порядка и обеспечение социальной безопасности, в том числе защита жизни, здоровья, прав и свобод граждан, противодействие преступности. Исходя из функционала соответствующих структур МВД России в развёрнутом виде цель коммуникации можно определить как осуществление информационного обеспечения и пропаганды деятельности органов внутренних дел, организацию и поддержание взаимодействия с государственными органами и органами местного самоуправления, с политическими партиями, избирательными комиссиями, общественными и религиозными организациями, средствами массовой информации по вопросам формирования объективной общественной оценки подразделений и учреждений МВД России.

Эта формулировка отражает основную цель деятельности органов внутренних дел в системе социальных коммуникаций. Но цель эта по своему содержанию, на наш взгляд, сформулирована неполно, так как сводится только к однонаправленному информационному воздействию на общественность и взаимодействию с государством и гражданским обществом по формированию объективной оценки работы органов внутренних дел. Цель деятельности органов внутренних дел в системе социальной коммуникации несомненно шире, что нашло отражение в формулировке, предложенной учёными Академии управления МВД РФ. Так А.А. Благоразумный, В.Б. Коробов отмечают, что конечной целью развития связей с общественностью можно считать создание благоприятного контекста деятельности органов внутренних дел, подразумевающего развитую систему доверительных отношений с общественностью, оптимизирующую взаимный информационный обмен и взаимодействие [Благоразумный, Коробов].

Выводы

Таким образом, анализ управления публичными правоохранительными коммуникациями органов внутренних дел показал, что становление сетевого общества делает необходимым переход к двусторонней симметричной коммуникации, которая представляет собой единую многоканальную согласованную коммуникацию, ориентированную на установление отношений с контактной аудиторией (стейкхолдерами). Регулятивная роль социальных коммуникаций в правоохранительной сфере проявляется как при информационном воздействии на правосознание и правовое поведение граждан, так и в структурировании отношений между гражданами, общественными структурами и масс-медиа. Отсюда управление коммуникациями ОВД с целью обеспечения общественной безопасности представляет собой процесс организации системы коммуникаций и коммуникативного процесса между структурными подразделениями ОВД и населением, структурами гражданского общества и масс-медиа. Основной задачей органов внутренних дел в управлении публичными правоохранительными коммуникациями становится конфигурирование релятивной сети, которая по-

звolyает стейкхолдерам, вступать в связи и отношения, значимые для обеспечения общественной безопасности.

Источники

- Адаева О.В., Шимкин Е.О. (2016). Понятие и сущность правовой пропаганды как формы правового воспитания // Научная дискуссия: вопросы юриспруденции. № 7 (46). С. 12-15.
- Адамьянц Т.З. (1999). К диалогической телекоммуникации: от воздействия – к взаимодействию. М.: Институт социологии РАН. 136 с.
- Белоусов А.Б. (2004). Управление коммуникацией (Критические замечания к теории коммуникации) // Научный ежегодник Ин-та философии и права Уральского отделения РАН. Вып. 4. Екатеринбург. С. 292-314.
- Бернейс Э. (2012). Манипуляция общественным мнением: как и почему // Полис. № 4. С. 149-159.
- Бернейс Э. (2013). Инженерия согласия // Полис. № 4. С. 122-131.
- Благоразумный А.А., Коробов В.Б. (2004). Организация общественных связей органов внутренних дел. М.: Акад. упр. МВД России. 164 с.
- Блэк С. (1998). Введение в публич-рилейшнз: научное издание. Ростов-на-Дону: Феникс. 320 с.
- Взаимодействие с заинтересованными сторонами (2005): Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами / Т. Крик, М. Форстейтер, Ф. Монаган, М. Силанпа. М.: Международное проектное бюро «Деловая культура». 148 с. ()
- Воронина М.С. (2011). Связи с общественностью в управлении взаимодействием органов внутренних дел с населением: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. Уфа. 176 с.
- Дмитриев А.Н. (2015). Доверие населения как фактор формирования имиджа правоохранительных органов в России // Правоохранительные органы: теория и практика. №1. С. 16-19.
- Зотов В.В. (2013). Информационно-коммуникационные основы диалога власти и общества // Коммуникология. Т.2. № 2. С. 66-76.
- Киселёва Н.А. (2011). К вопросу о роли и методике правовой пропаганды в правоохранительных органах РФ // Законность и правопорядок в современном обществе. № 6. С. 72-76.
- Комлев Ю.Ю., Толчинский Л.Г., Демидов В.Н. (2001). Средства массовой информации в коммуникативной деятельности органов внутренних дел: проблемы теории и практики. М.: ВНИИ МВД РФ. 187 с.
- Лаврова Л.Е. (1997). Средства массовой информации и органы внутренних дел. М.: «Феникс». 300 с.
- Маклюэн М. (2003). Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.; Жуковский: Канон-пресс-Ц; Кучково поле. 464 с.
- Пратканис Э.Р., Аронсон Э. (2002). Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения повседневное использование и злоупотребление. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК; М.: Нева. 380 с.
- Титова Е.А. (2017). Правовая пропаганда как форма профилактики правонарушений // Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. № 15-2. С. 261-263.
- Файоль А. (1992). Общее и промышленное управление. М.: Журн. «Контроллинг». 111 с.
- Федотова М.Г. (2006). Коммуникационный менеджмент. Омск: Изд-во ОмГТУ. 76 с.
- Шарков Ф.И. (2014). Информационно-коммуникационная парадигма развития российской государственности // Коммуникология. Т. 3. № 3. С. 111-118.
- Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2017). Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и К°. 160 с.
- Шилова В.А. (2015). Коммуникативное поле управления: теория, методология, практика: монография. М.: Логос. 204 с.
- Grunig J.E., Hunt T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt. Rinehart & Winston.

■ ■ ■ Management of Public Communication within the Framework of a Dialogue-Partner Model in Interactions between the Law Enforcement Agencies and Population

Irina N. Dryuchina

Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Moscow, Russian Federation.

Abstract. The article analyzes the application of the four communication models of J. Grunig and T. Hunt (press agency/publicity; public information model; two-way asymmetrical and symmetrical models) in the practice of public law enforcement communications. The author concludes that the dialogue and partnership model of interrelations between law-enforcement bodies and the population corresponds to the modern realities to the greatest extent. This gives grounds for considering the public law enforcement communications management as a process of organizing a communication system and a communicative process between the structural divisions of the law enforcement agencies and the population, civil society structures and the media in order to ensure public safety. Thus, the main task of law enforcement agencies in the field of public law enforcement communication management is to build and maintain the configuration of a relational network that allows stakeholders to enter relationships significant for ensuring public security.

Keywords: public law enforcement communication, bilateral symmetric communication, law enforcement agencies, management of public law enforcement communication

For citation: Dryuchina I.N. Management of Public Communication within the Framework of a Dialogue-Partner Model in Interactions between the Law Enforcement Agencies and Population. *Communicology (Russia)*. 2018. Vol. 6. No. 1. P. 97-106. DOI 10.21453/2311-3065-2018-6-1-97-106.

Inf. about the author: Dryuchina Irina Nikolaevna, deputy head of the documentation management office, Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia. Address: 125171, Moscow, Zoya & Alexander Kosmodemyansky st., 8. E-mail: dinikoll@mail.ru.

Received: 15.12.2017. *Accepted:* 24.01.2018.

References

- Adaeva O.V., Shimkin E.O. (2016). The Concept and Essence of Legal Advocacy as a Form of Legal Education. *Jurisprudence Issues*. No.7 (46). P. 12-15 (In Rus.).
- Adam'yanc T.Z. (1999). To dialogical telecommunication: from impact to interaction. Moscow: ISRAS (In Rus.).
- Belousov A.B. (2004). Management of Communication (critical remarks on communication theory). *Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law, Russian Academy of Sciences, Ural branch*. Vol. 4. Ekaterinburg. P. 292-314 (In Rus.).
- Bernays E. (2012). Manipulating Public Opinion: The Why and the How. *Political Studies (Polis)*. No.4. P. 149-159 (In Rus.).

- Bernays E. (2013). The Engineering of Consent. *Political Studies (Polis)*. No.4. P. 122-131 (In Rus.).
- Blagorazumnyi A.A., Korobov V.B. (2004). Internal Affairs Bodies PR Organization. Moscow. Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia (In Rus.).
- Black S. (1998). Introduction to Public Relations. Rostov-on-don: Feniks (In Rus.).
- Krick T., Forstater M., Monaghan P., Sillanpää M. (2005). The Stakeholder Engagement Manual. Vol. 2: The practitioner's handbook on stakeholder engagement. Moscow: International project bureau "Business Culture" (In Rus.).
- Voronina M.S. (2011). Public Relations in Managing the Interaction of Law Enforcement Agencies with the Population. Diss. Cand. Sc. (Soc.). Ufa (In Rus.).
- Dmitriev A.N. (2015). Trust of the population as a factor of formation of image of law enforcement agencies in Russia. *Law Enforcement: Theory and Practice*. No.1. P. 16-19 (In Rus.).
- Zotov V.V. (2013). Information and communication bases of the dialogue between government and society. *Communicology*. Vol. 2. № 2. P. 66-76. (In Rus.).
- Kiseleva N.A. (2011). To the question of the role and techniques of legal advocacy in law enforcement bodies of the Russian Federation. In: *Law and Order in Modern Society*. No. 6. P. 72-76. (In Russ.).
- Komlev Y.Y., Tolchinskij L.G., Demidov V.N. (2001). The media in the communicative activities of internal Affairs bodies: theory and practice. Moscow. All-Russian Scientific-Research Institute of the Ministry of Internal Affairs (In Rus.).
- Lavrova L.E. (1997). Mass Media and the Internal Affairs Bodies. Moscow: Feniks (In Rus.).
- Mcluhan M. (2003). Understanding Media: the Extensions of Man. Moscow, Zhukovskij: Kanon-press – Kuchkovo Pole (In Rus.).
- Pratkanis E.R., Aronson E. (2002). Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion. Moscow: Neva (In Rus.).
- Titova E.A. (2017). Legal propaganda as a form of prevention of offenses. *Actual Issues of Preventing Crimes and other Delicts*. No. 15-2. P. 261-263 (In Rus.).
- Fayol H. (1992). General and Industrial Management. Moscow: Controlling (In Rus.).
- Fedotova M.G. (2006). Communication Management. Omsk: OmGTU (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2014). Information and communication paradigm of development of the Russian statehood. *Communicology*. Vol. 3. No. 3. P. 111-118. (In Russ.).
- Sharkov F. I. Silkin, V. V. (2017). Communicology: theory and practice media. M.: Dashkov and Co.
- Shilova V.A. (2015). Communicative field of management: theory, methodology, practice. Moscow: Logos (In Rus.).
- Grunig J., Hunt T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston.