

2. Воропаєва Т. Дослідження національної та європейської ідентичності громадян України: інтегративний підхід [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/philosophy-and-philology>
3. Перегудов С. Национально-государственная идентичность и проблемы консолидации Российского государства / С. Перегудов // Полис. – 2011. – №3. – С. 141-163.
4. Вайнштейн Г. Европейская идентичность: желаемое и реальное / Г. Вайнштейн // Полис. – 2009. – №4. – С. 123-134.

УДК 342.51 [32: 17.022.1]

Бобровський Т.А.

Управління міжнародного співробітництва
Адміністрації Державної прикордонної служби України

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІМІДЖУ ДЕРЖАВНОЇ ПРИКОРДОННОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Здійснено аналіз наукового доробку з проблематики іміджу державних структур у межах державного управління, політології, психології та права з метою пошуку методологічних передумов та методичних засобів дослідження іміджу Державної прикордонної служби України. Робиться висновок про необхідність сполучення комунікаційного та управлінського підходів та використання можливостей порівняльних досліджень.

Ключові слова: Державна прикордонна служба України, імідж державних структур.

Бобровский Т.А.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОГРАНИЧНОЙ СЛУЖБЫ УКРАИНЫ

Осуществлен анализ научного наследия по проблематике имиджа государственных структур в рамках государственного управления, политологии, психологии и права с целью поиска методологических предпосылок и методических средств исследования имиджа Государственной пограничной службы Украины. Делается вывод о необходимости сочетания коммуникационного и управленческого подходов и использования возможностей сравнительных исследований.

Ключевые слова: Государственная пограничная служба Украины, имидж государственных структур.

Bobrovskiy T.

METHODOLOGICAL IMAGE RESEARCHING BACKGROUND OF THE STATE BORDER GUARD SERVICE OF UKRAINE

The article deals with scientific results analysis of the image problem of the state structures within public administration, political science, psychology and law to seek methodological approaches and methods for image researching of the State Border Guard Service of Ukraine. It is concluded that communicative and managerial approaches and usage of comparative studies are needed to combine.

Key words: the State Border Guard Service of Ukraine, the image of state structures.

Оскільки якість надання державними структурами послуг населенню є основною умовою наближення держави до пересічного громадянина та побудови партнерських відносин між державою і суспільством, сьогодні імідж влади в цілому, державного управління, окремих державних установ досліджується передусім в контексті підвищення ефективності їх діяльності. Не є винятком й Державна прикордонна служба України (далі ДПСУ), перед якою постає завдання формування позитивного іміджу та забезпечення відкритості діяльності для демократичного цивільного контролю.

Хоча Адміністрація ДПСУ України щорічно звітує про заходи з формування позитивного іміджу прикордонного відомства, проблема іміджу ДПСУ до недавнього часу ще не була самостійним предметом наукового дослідження. Окремі аспекти проблеми іміджу ДПСУ розглядалися у працях А. Герасимківа, М. Литвина, В. Субботіна та ін., які присвячені проблематиці охорони державного кордону. У якості самостійного предмету дослідження виступає імідж військовослужбовців ДПСУ у публікаціях І. Ковальської та В. Торічного, де розглядаються окремі питання формування професійного іміджу прикордонника в психологічному контексті.

Разом із тим, проблематика іміджу органів державної влади, державних установ та структур протягом останнього десятиріччя набула певного осмислення. Звернення до праць вітчизняних фахівців, що досліджують імідж державних установ, демонструє багатоманітність підходів і напрямків іміджування. У межах цієї публікації здійснено аналіз наукового доробку з проблематики іміджу державних структур з метою пошуку методологічних передумов і методичних засобів дослідження іміджу ДПСУ.

Передусім зазначимо, що чинні дослідження з проблематики іміджу державних структур можуть бути систематизовані за декількома критеріями:

- *Галузь наукових знань.* Відповідна проблематика вивчається у межах державного управління, політології, психології та права. Показово, що переважна більшість таких досліджень здійснюється у предметних межах державного управління. Спеціальності для захисту дисертацій – „механізми державного управління” (захищено в Україні 3 кандидатські дисертації) та „державна служба” (захищено одну докторську дисертацію).

- *Об’єкт дослідження.* Одні автори досліджують імідж як узагальнене явище, що має відношення до будь-яких державних структур, державного управління в цілому (щоправда у разі потреби наводяться ілюстрації на прикладі окремих органів влади, С. Колосок), інші автори у якості об’єкта дослідження обирають певний орган влади або державну установу (І. Колосовська, О. Порфімович). Частіше за все досліджувався імідж обласних державних адміністрацій та органів внутрішніх справ. Останні випадки досліджень також можна представити як дві групи – дослідження іміджу інституцій (О. Порфімович) та дослідження іміджу їх представників – державного службовця (С. Серьогін), міліціонера (В. Олефір, І. Воробйова), нарешті прикордонника (І. Ковальська, В. Торічний).

- *Домінуючий методологічний підхід.*

Підходи можна звести до двох основних – комунікативний та управлінський. Одні автори акцентують увагу на дослідженні комунікації органів державної влади, організації зв’язків з громадськістю (С. Колосок, І. Пантелейчук), інші враховують управлінські фактори – кадрову політику, організаційну культуру, надання послуг населенню (С. Серьогін) тощо. Лише окремі дослідники намагаються поєднувати обидва підходи (Ю. Падафет, О. Порфімович), що дозволяє використовувати можливості як комунікаційних, так і організаційних, психологічних і мотиваційних засобів впливу.

Звернемося до праць названих авторів більш детально.

Перше комплексне дослідження іміджу органів влади в Україні представлено у роботі С. Колоска „Зв’язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державної влади” (2003) [1]. Він, як і переважна більшість його послідовників, досліджує імідж органів влади як узагальнене явище, що має відношення для будь-яких державних структур. Утім окремі аспекти іміджетворчої діяльності дослідник вивчає на прикладі обласних державних адміністрацій. Підтримуючи традиції засновників іміджелогії, дослідник акцентує головну увагу на комунікативних процесах. Він досліджує роль ЗМІ у створенні позитивного іміджу органів управління, а також комунікативну діяльність самих органів влади, вивчаючи функції та організаційну структуру служб ПР в органах державного управління. Головна ідея дослідження С. Колоска, що важлива для вивчення іміджу ДПСУ,

полягає у тому, що комунікативні технології можуть працювати в інтересах обох сторін – влади й громадськості, впливаючи на громадську думку в напрямку формування позитивного іміджу державних органів.

Наступною за хронологією дослідження є праця І. Колосовської „Формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні” (2004) [2], у якості об’єкта якої постає діяльність конкретних державних органів – місцевих державних адміністрацій. Доводячи, що процес формування іміджу органів влади тісно пов’язаний із процесом розвитку зв’язків із громадськістю (паблік рілейшнз), автор бере до уваги також і управлінські фактори. За основу пропонуваної дослідницею методики оцінювання іміджу владних інституцій береться діяльність інформаційних служб та організаційна культура певних державних органів, які досліджуються методом експертного опитування.

Заслужують на увагу пропонувані дослідницею шляхи формування позитивного іміджу місцевих державних адміністрацій. Вважаючи, що формування позитивного іміджу залежить від ефективності використання засобів впливу – комунікаційних, організаційних, психологічних і мотиваційних, а також чітко визначеної мети і критеріїв, І. Колосовська пропонує здебільшого комунікативні заходи:

- заміну малоєфективних форм роботи з громадянами (зустрічі з журналістами і громадськістю на прес-конференціях і публікації інтерв’ю та доповідей у пресі) найбільш ефективні (проведення „гарячих ліній” у пресі й на радіо, організація зустрічей із громадянами на підприємствах та за місцем проживання);

- створення спеціальних структур з надання населенню інформаційних і консультаційних послуг;

- визначення більш чітких правил і процедур взаємодії владних структур із засобами масової інформації;

- створення державної системи зв’язків із громадськістю.

Усі перераховані заходи можуть бути рекомендовані ДПСУ.

Особливий інтерес для даної роботи має третє дослідження, що виконане у межах державного управління, Ю. Падафет „Механізм формування іміджу державної установи” (2005) [3]. Праця насичена багатоманітними емпіричними даними, що отримані методами контент-аналізу, факторного, кластерного та порівняльного аналізів. У

якості основних факторів формування іміджу державної установи розглядається діяльність ЗМІ, кадрове забезпечення та організаційна культура. При цьому вперше пріоритет надається не комунікаційним, а організаційним, економічним, морально-політичним методам формування іміджу. Серед конкретних рекомендацій Ю. Падафет пропонує запровадження моніторингу показників рівня довіри населення до державних установ, створення Комісії зі службової (професійної) етики, проведення професіографічного дослідження під час добору персоналу, створення центру підвищення кваліфікації працівників ЗМІ тощо.

Самий механізм формування цілісного іміджу державної установи Ю. Падафет уявляє як систему певних стратегічних і тактичних кроків, яка включає: розробку, обґрунтування та опрацювання стратегії; визначення та пошук головних і пріоритетних напрямів; дослідження аудиторії іміджу; застосування відповідних методів управління стосовно кожної корпоративної групи; визначення образу установи; соціологічне опитування; вибір ЗМІ; порівняння результатів за допомогою контент-аналізу. Подібний механізм, так само як і пропонувані рекомендації, певним чином можуть бути також застосовані до ДПСУ.

Дослідження С. Серьогіна, представлене у вигляді докторської дисертації „Державний службовець у взаємовідносинах влади і суспільства” (2004) [4], дещо відрізняється від попередніх. Предметом цього дослідження є суспільні уявлення про державного службовця як фактор створення іміджу держави та засіб впливу на процес формування державно-суспільних відносин. Отже, дослідник концентрує увагу власне на постаті державного службовця як представника держави.

Очевидно уявлення про імідж влади дослідник формує під домінуючим впливом управлінської методології. На думку С. Серьогіна, імідж влади визначає цілісна система адаптивних, проєкційних і конструктивних засобів реалізації державної соціальної політики. Саме ефективна державна кадрова політика, що повинна формуватися на ґрунті надбань теорії кадрового менеджменту, таких процесів, як підбір, набір та забезпечення кар’єри державних службовців, розуміється автором як основний засіб створення позитивного іміджу влади. Іншими засобами покращення іміджу державної влади, на його думку, є оптимізація структури державного управління та

вдосконалення організаційно-правової, матеріально-технічної та технологічної бази всіх управлінських структур, формування та пропаганда нової філософії державної служби, яка б ґрунтувалась на ідеях гуманізації, соціалізації, раціоналізації та загальної орієнтації на потреби громадян в управлінських послугах; розробка й відпрацювання системи постійного моніторингу громадської думки щодо оцінки діяльності органів державної влади; залучення творчої еліти, засобів мистецтва, літератури, масової інформації до створення сталих позитивних образів державних осіб та іміджу держави. Ці засоби також певною мірою можуть бути застосовані і до ДПСУ.

Ідея формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних і соціальних послуг отримує подальший розвиток у науковій розробці, що виконана дослідницьким колективом під керівництвом С. Сergyoga [5] у 2009 р. Тобто її автори цілком в руслі управлінського підходу акцентують увагу не на засобах комунікації та ПР у створенні іміджу, а на якісних послугах для населення. „Якість прийняття управлінських рішень, професіоналізм державних службовців, які впливають на уявлення про державну службу та державне управління, виступають одними з основних факторів формування позитивного іміджу органів влади” [5, с.20], – зазначають вони. Разом із тим, стверджуються, що позитивні характеристики іміджу органів влади може надати їх „презентація” суспільству як компетентних структур, укомплектованих професіоналами, людьми знаючими, інноваційно мислячими, такими, що мають досвід практичної ефективної діяльності тощо.

Заслугує на увагу також дослідження І. Пантелейчук „Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика” (2011) [6], що здійснене у предметних межах державного управління. Імідж державних установ, за переконанням дослідниці, можна визначити, передусім, шляхом оцінювання. Відповідно, оцінка іміджу органів державної влади може здійснюватися за двома показниками: дія (діяльність) та поведінка. Оцінка діяльності органів державної влади визначається рівнем виконання ними своїх функціональних обов’язків, а також наслідками їх функціонування для суспільства. На визначення якісних характеристик іміджу (позитивний/ негативний) впливає стиль поведінки державних службовців, їхне

ставлення до представників громадськості. Разом із тим, найбільш дієвим та ефективним засобом створення іміджу, вважає І. Пантелейчук, є ЗМІ, які, до речі, здійснюють вирішальний вплив на оцінку діяльності органів влади. Саме тому, за логікою дослідниці, інформаційні технології і ресурси відіграють провідну роль у реалізації іміджевої стратегії. Слідуючи принципам, що сформульовані у „Білій книзі по комунікаційній політиці ЄС”, дослідниця визначає три мети іміджевої стратегії:

- удосконалення інформаційної освіти громадян – набуття ними навичок користування інтернетом, щоб мати можливість отримати повну інформацію про суспільні дискусії і брати в них участь у режимі реального часу;

- спілкування громадян, що передбачає створення форумів для суспільної дискусії із нагальних проблем, що дозволяє зміцнити взаємну довіру, повагу і бажання громадян співпрацювати із органами державної влади;

- взаємодія громадян і владних інститутів, що передбачає налагодження механізму зворотного зв’язку між громадянами та інститутами, що дає можливість оцінити результати від запланованих дій та внести необхідні корективи [7].

Таким чином, у галузі державного управління представлено принаймні сім ґрунтовних досліджень з проблематики формування іміджу органів державної влади. Якщо у перших розробках превалює комунікаційний підхід – беззаперечний пріоритет надається PR-технологіям, вивченню громадської думки, діяльності ЗМІ, то у наступних дослідженнях пріоритет надається управлінським засобам і механізмам формування іміджу органів влади – кадровій політиці та організаційній, адміністративній культурі. Щоправда, в останньому дослідженні І. Пантелейчук акценти знову зміщуються у бік інформаційних технологій.

У межах політичної науки проблематика іміджу органів державної влади є менш розробленою. Хоча відповідна проблема згадується у багатьох публікаціях. Можна згадати лише одне ґрунтовне дослідження О. Порфімович, що стало основою її докторської дисертації „Імідж як складова політичної культури органу державної виконавчої влади України” [8]. Об’єктом цього даного дослідження є система МВС України в контексті формування її іміджу (як публічного, так і корпоративного). Оскільки міліція як і ДПСУ є силовою структурою держави, це дослідження

становить особливий інтерес. Дослідниця виходить з того, що політичний імідж органів державної виконавчої влади формується під впливом різноманітних чинників, до яких належить і політична культура першої особи органу влади, політична етика та етикет, політична коректність, політична відповідальність. У своїх працях О. Порфімович обстоює думку про те, що діяльність з побудови іміджу МВС повинна мати під собою наукові підвалини, спиратися на дослідження вітчизняних і зарубіжних учених-іміджмейкерів і потребує вироблення як організаційних, так і управлінських засад. Тобто з технологічної точки зору, формування іміджу відповідних державних установ не відрізняється від формування іміджу будь-яких організацій – комерційних, громадських тощо. Такий підхід суттєво відрізняється від розуміння процесу формування іміджу з позицій державного управління, представники якого акцентують увагу на специфіці державних структур і специфічних засобах іміджування. О. Порфімович обстоює точку зору про те, що діяльність органів внутрішніх справ належить до сфери послуг населенню. Як практикуючий іміджмейкер вона виробила організаційно-управлінську матрицю позиціонування будь-якого організаційного утворення з будь-якою формою власності та системою суспільних маркетингових зв'язків (сфера послуг, споживчі товари тощо).

Запропонована організаційно-управлінська модель містить шість етапів, що складають управлінський цикл: креативний, аналітико-управлінський, формуючий, констатуючий, аналітико-констатуючий і синтетичний. Вона може розглядатися як універсальна модель іміджування державної установи й відповідно бути спеціалізована до потреб ДПСУ.

Таким чином, дослідження О. Порфімович, що здійснене у предметних межах політичної науки, ґрунтується на управлінському підході, адже сам процес формування іміджу розуміється як управлінський цикл. Однак на відміну від інших авторів, які керуються управлінським підходом, пропонуючи певні інструменти кадрової політики та засоби формування організаційної культури, дослідниця акцентує увагу на управлінні комунікацією.

Імідж силових структур – міліції, Збройних Сил, міністерства надзвичайних ситуацій й відповідно прикордонної служби, зазвичай привертає увагу психологів та

юристів. Більше того, найбільш ґрунтовні дослідження відповідної проблематики здійснюються на перехресті цих дисциплін – у межах юридичної психології. Причому досліджується імідж представників відповідних структур як вияв професійного іміджу.

Зокрема, досліджуючи імідж співробітника міліції, В. Олефір [9] акцентує увагу передусім на символічних і психологічних моментах, залишаючи поза увагою організаційні та управлінські. Тобто дослідника цікавить передусім так зване „іміджеве наповнення”, яке він пропонує почерпнути зі змісту Кодексу честі органів внутрішніх справ. Саме ці ідеальні моральні якості „стражів порядку” мають, на думку В. Олефіра, стати основою іміджу міліціонера. Для впровадження цих характеристик у масову свідомість дослідник пропонує використовувати різноманітні варіанти символізації.

Імідж працівника міліції є також об'єктом дослідження І. Воробійової „Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян” [10]. Дослідниця концентрує увагу на психологічних особливостях іміджу працівника міліції та психологічних аспектах його формування. У роботі використовуються чимало емпіричних методів – анкетування та спеціальні психологічні методики діагностики. Імідж міліціонера порівнюється з іміджем представників інших професій (на відміну від інших професійних іміджів, він постає як поліфункціональне явище) та диференціюється залежно від структурного підрозділу МВС. До цієї ж групи досліджень можна віднести публікації вже згадуваних на початку статті І. Ковальської [11] та В. Торічного [12,13,14] де досліджується професійний імідж військовослужбовців ДПСУ.

І. Ковальська досліджує імідж прикордонника в контексті забезпечення його особистої безпеки. У своїй публікації дослідниця визначає функції професійно-особистісного іміджу та пропонує перелік якостей, розвиток яких формує позитивний професійно-особистісний імідж прикордонника і, як наслідок, сприяє забезпеченню його особистої безпеки та безпеки громадян [11].

В. Торічний у своїх публікаціях, аналізуючи напрацювання науковців щодо професійного іміджу особистості, доходить висновку, що він повинен визначатися специфікою її професійної діяльності. Під професійним іміджем прикордонника він розуміє цілісний образ військовослужбовця, діяльність якого спрямована на забезпечення

безпеки особи, суспільства і держави в прикордонних регіонах [12]. У своїх працях він пропонує програму формування професійного іміджу прикордонників та висвітлює результати здійсненого ним експерименту. Пропонована програма ґрунтується на тренінгових методиках, які реалізуються через лекції та практичні заняття [13,14].

Отже, дослідження В. Торічного, що є єдиною ґрунтовною спробою в нашій країні осмислення відповідної проблематики, орієнтовані передусім на формування організаційної культури прикордонників засобами навчальної роботи.

Завершуючи огляд вітчизняного наукового доробку в сфері іміджу органів влади та державних структур, зазначимо таке.

Протягом останнього десятиріччя проблематика формування іміджу державних структур набула суттєвого осмислення, передусім у межах державного управління, політології та юридичної психології. При цьому найбільший інтерес вітчизняні дослідники виявили до іміджу обласних державних адміністрацій, державної служби в цілому та міліції. Рекомендації вітчизняних дослідників щодо формування позитивного іміджу державних структур відповідають комунікаційному та управлінському підходам до побудови іміджу. Перший ґрунтується на засобах комунікації, PR-технологіях та різноманітних формах взаємодії влади і громадськості, а другий – на організаційних, психологічних і мотиваційних методах впливу. Очевидно, що обидва підходи мають бути задіяні при дослідженні формування іміджу ДПСУ.

Серед методів, до яких звертаються представники різних наукових дисциплін, досліджуючи імідж органів влади та силових структур, домінують соціологічні та психологічні методики: масове та експертне опитування; експеримент та специфічні психологічні методики діагностики. Можливості порівняльних досліджень у цій сфері задіяні недостатньо. По суті, лише у дослідженні Ю. Падафет використовується порівняльний аналіз поряд із іншими методами – здійснюється порівняльний аналіз Кодексів поведінки працівників державних установ Польщі, Великобританії та України крізь призму окремих характеристик іміджу, який став основою рекомендацій для вдосконалення організаційної культури владних структур.

При вивченні іміджу ДПСУ вкрай необхідне осмислення світового досвіду організації роботи прикордонних служб та їх

іміджевого супроводження, а також можливостей вдосконалення організаційно-правової, матеріально-технічної та технологічної бази ДПСУ, досвіду проведення PR-заходів, роботи відомчих ЗМІ, усіх форм прямого та зворотного зв'язку ДПСУ з населенням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колосок С. Зв'язки з громадськістю у формуванні іміджу органів державної влади : автореф. к. н. з держ. упр. : 25.00.01 ; С. В. Колосок. – Одеса, 2003. – 22 с.
2. Колосовська І. Формування іміджу місцевих державних адміністрацій в Україні : автореф. дис. к. н. з державного управління. : 25.00.02; І. І. Колосовська. – Львів, 2004. – 17 с.
3. Падафет Ю. Механізм формування іміджу державної установи : автореф. дис. к. н. з держ. Управління : 25.00.02; Ю. Г. Падафет. – Х., 2005. – 15 с.
4. Сergygin С. Державний службовець у взаємовідносинах влади і суспільства : дис. ... д-ра наук з держ. упр. : 25.00.03; С. М. Сergygin. – К., 2004. – 32 с.
5. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг : наук. розробка / авт. кол. : С. М. Сergygin, В. В. Лола, І. І. Хожило та ін. ; за заг. ред. С. М. Сergygina. – К. : НАДУ, 2009. – 32 с.
6. Пантелейчук І. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика / І. В. Пантелейчук. – К. : Альтерпрес, 2011. – 316 с.
7. Пантелейчук І. Механізми формування та реалізації державної іміджевої стратегії [Електронний ресурс] / І. В. Пантелейчук // Електронне наукове фахове видання „Державне управління: удосконалення та розвиток”. – 2012. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=464>
8. Порфімович О. Імідж як складова політичної культури органу державної виконавчої влади України : автореф. дис. д-ра п. н. : 23.00.03; О. Л. Порфімович. – К., 2006. – 29 с.
9. Олефір В. Формування позитивного іміджу співробітника ОВС / В. І. Олефір. – Науковий вісник НАВСУ. – 2003. – № 2. – С.266-273.
10. Воробйова І. Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян : автореф. дис... к. психол. н. : 19.00.06; І. В. Воробйова. – Харків, 2007. – 20 с.
11. Ковальська І. Формування позитивного професійно-особистісного іміджу як умова забезпечення особистої безпеки прикордонника / І.Е. Ковальська // Проблеми екстремальної та кризової психології. – 2011. – № 9. – С.110-119.
12. Торічний В. Професійний імідж прикордонників / В.О. Торічний // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. пр. Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПНУ. – 2010. – Том 12. – Ч. 4. – С. 406-412.
13. Торічний В. Програма формування професійного іміджу військовослужбовців

Прикордонної служби України / В. О. Торічний // Збірник наукових праць : Психологічні науки. – 2012. – Том 2. – Вип. 8. – С. 262-269.
14. Торічний В. Експериментальна перевірка ефективності програми формування професійного іміджу прикордонника / В. О.

Торічний // Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – 2012. – Вип. 17. – С. 598-610.

УДК [342.8:340.132.2](352.07)

Дмитришин А.Д.
Харківський національний
університет імені В.Н. Каразіна

ВИБОРИ ТА АДМІНІСТРАТИВНИЙ РЕСУРС: ДОСВІД НАУКОВОЇ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Основний зміст статі становить Заключення виконаної за поданням прокуратури політико-правової експертної оцінки матеріалів досудового слідства. Її призначення – служити доказом у процесі встановлення об'єктивної істини у кримінальній справі, порушеної за фактом зловживання службовими особами райдержадміністрації під час проведення виборів Президента України.

***Ключові слова:** статус експерта, політико-правова експертиза, змістовна частина, висновок експерта, контент-аналіз*

ВЫБОРЫ И АДМИНИСТРАТИВНЫЙ РЕСУРС: ОПЫТ НАУЧНОЙ И ПОЛИТИКО-ПРАВОВОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Основное содержание составляет Заключение выполненной по представлению прокуратуры политико-правовой экспертизы оценки материалов досудебного следствия. Её назначение – служить доказательством в процессе установления объективной истины в уголовном деле, возбужденном по факту злоупотребления служебным положением райгосадминистрации во время проведения выборов Президента Украины.

***Ключевые слова:** статус эксперта, политико-правовая экспертиза, содержательная часть, вывод эксперта, контент-анализ*

ELECTIONS AND ADMINISTRATIVE RESOURCE: AN EXPERIENCE OF SCIENTIFIC AND LAW-POLITICAL EXPERTISE

The main contents of article are resolution of the made on request of public prosecutor's office expertise of pre-legal inquest materials. Its main task to be an argument in the process of establishing the issue in criminal affair, bring a suit on abuse by district administration officials during elections of Ukrainian President.

***Key words:** expert status, law-political expertise, main contents, expert's decision, content-analysis*