
УДК 37:001.89

Тарас Бунєєв,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
Науково-дослідний інститут
Державної прикордонної служби України, м. Хмельницький*

Сергій Сінкевич,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
Національна академія Державної прикордонної служби України
імені Богдана Хмельницького, м. Хмельницький*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПРИКОРДОННОЇ НАУКИ

У статті проаналізовано погляди вітчизняних і зарубіжних науковців щодо сутності та основних видів іміджу. Авторами також представлено особливості формування позитивного іміджу прикордонної науки.

Ключові слова: *імідж, особливості, прикордонна наука, формування.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Інтеграція України до європейського і світового економічного та соціокультурного простору зумовлює зміни у підходах до розвитку наукової діяльності Державної прикордонної служби України (ДПСУ). У цьому контексті важливу роль відіграє формування позитивного іміджу прикордонної науки.

Результати аналізу останніх досліджень свідчать, що значна кількість провідних вітчизняних та зарубіжних науковців досліджу-

© Тарас Бунєєв, Сергій Сінкевич

вали різні аспекти іміджу: формування іміджу організації висвітлено в працях Л. Брауна, Є. Гришуніної, К. Ліфара, О. Кудінова, М. Піскунова, Г. Почепцова, М. Самохіна. Імідж навчальних закладів досліджували Л. Алексеева, О. Бандурка, А. Громова, О. Землянська, О. Субіна, В. Палінський. Питання вдосконалення іміджу військового керівника розглядали Л. Амінова, А. Лебедев, А. Саватеев. Імідж дошкільного навчального закладу та професійний імідж вихователів досліджували М. Апраксина, В. Бобир, К. Крутій, Т. Мареева, Р. Шулигіна. Проблеми взаємозалежності управління та іміджу розглянуто у працях Б. Андрюшкіна, Р. Гріфіна, З. Старобинського, Ф. Хміля, В. Яцури. Зміст іміджу політиків, державних службовців, бізнесменів досліджували І. Альохіна, О. Васьківська, С. Денисюк, Г. Дідух, Н. Лікарчук, О. Порфімович, Г. Почепцов, Р. Ромашкіна та ін. Питання педагогічної іміджології розглядали С. Амінтаєва, М. Апраксина, Е. Бекетова, Л. Жарикова, А. Калюжний, Н. Тарасенко, В. Шепель, В. Черепанова, але в цей же час не в повному обсязі приділялась увага іміджу прикордонної науки.

Метою статті є визначити особливості формування позитивного іміджу прикордонної науки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Імідж походить від лат. *imago* – “образ” і був відомий ще з давніх часів. У сучасній англійській мові слово “*image*” має безліч відтінків та значень, наприклад, “образ”, “зображення”, “репутація”, “престиж”, “уявлення” (про щось), “символ” [1, с. 49].

У “Великому тлумачному словнику сучасної української мови” за редакцією В. Бусла поряд із означеними характеристиками іміджу знаходимо ще і таку, що передбачає цілеспрямоване його створення для “споживача”: “Імідж – це рекламний, представницький образ кого-небудь (наприклад, громадського діяча), що створюється для населення” [2, с. 492].

Дослідники, які займаються цією проблемою, по-різному визначають імідж. А. Панасюк визначає його як “результат сприйняття людьми деяких характеристик об’єкта, в результаті чого в психіці кожного із них формується образ цього об’єкта, який ними оцінюється” [3, с. 10].

ся, що приводить до формування погляду, ставлення” [3]. На думку В. Шепеля, імідж – це “вигляд, тобто та форма життєвого прояву людини, завдяки якій “на люди” виставляються сильнодіючі особистісно-ділові характеристики” [4]. У підручнику П. Гуревича представлено такий підхід до трактування іміджу – це “цілеспрямований процес створення потрібного враження” [5]. Г. Почепцов розуміє імідж як “найбільш економний спосіб породження і розпізнавання складної соціальної дійсності, як результат обробки інформації, як згорнутий текст, як комунікативну одиницю, за допомогою якої можна працювати з масовою свідомістю” [6] тощо.

У “Соціологічній енциклопедії” поняття “імідж” розглядається як образ суб’єкта, уявлення про нього, що цілеспрямовано й активно формується в масовій свідомості за допомогою різних засобів, щоб зміцнити чи послабити його престиж, авторитет і репутацію, забезпечити довіру чи, навпаки, недовіру до нього [7].

У політичному словнику за редакцією В. Абаренкова визначено, що “Імідж – у широкому розумінні – поширення уявлення щодо характеру того або іншого об’єкта; у більш вузькому (стосовно пропаганди, реклами) означає цілеспрямовано сформований образ-уявлення, який за допомогою асоціацій наділяє об’єкт (явище, особистість, товар тощо) додатковими цінностями (соціальними, політичними, соціально-психологічними, естетичними тощо) та завдяки цьому сприяє більш цілеспрямованому та емоційному сприйманню” [8, с. 187].

У тлумачному словнику Вебстера зазначено, що імідж – це штучне створення неперевершеного образу. Імідж – це штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об’єкта, держави, політика, організації [9, с. 205].

В. Шпалінський підкреслює, що “імідж – це те, чим і ким здається людина у своєму оточенні, якою бачать та сприймають її “вони” [10, с. 14]. Подібним визначенням акцентується увага на спрямованості іміджу на зовнішнє середовище – одна з таких характерних його рис, як віддзеркалення потреб інших за допомогою своєрідного носія.

Отже, єдиного підходу до визначення “іміджу” немає, кожний з дослідників розкриває певну сторону цього поняття, але в той же час усі науковці вказують на наявність таких видів іміджу:

імідж людини – це думка про цю людину у групи людей в результаті сформованого в їх свідомості образу цієї людини, що виник через прямий їх контакт з цією людиною або через отриману про цю людину інформації від інших людей;

імідж об’єкта – це ставлення раціонального або емоційного характеру до об’єкта (людини, предмета, системи), що виникає у свідомості групи людей на основі образу, сформованого в результаті сприйняття ними тих чи інших характеристик цього об’єкта.

імідж фірми – це думка про цю організацію у групи людей на основі сформованого у них образу, що виник унаслідок або прямого контакту з цією фірмою, або в результаті інформації, отриманої про цю фірму від інших людей;

імідж товару – це думка про певний товар у групи людей на основі образу цього товару, що виник або під час покупки, використання цього товару особисто, або на основі думки про цей товар інших людей [6].

У будь-якого товару або продукту діяльності є сформований певний імідж. Він формується на основі об’єктивних характеристик діяльності як окремих його складових, так і в цілому. Імідж може складатися як природним шляхом (результат діяльності організації чи індивіда), так і в результаті цілеспрямованої діяльності із застосуванням спеціальних психотехнічних засобів і технологій. Прикладами такої діяльності є передвиборчі кампанії, реклама товарів, послуг і організацій. Якщо формування іміджу має мало спільного з реальним станом, то рано чи пізно він повністю руйнується. Отже, імідж може мати об’єктивну та штучну природу. Однак слід зауважити, що тільки імідж, сформований на основі об’єктивних характеристик діяльності, може стати реальним фактором їх успіху.

Це також стосується і формування позитивного іміджу прикордонної науки. Головним осередком прикордонної науки є Науково-дос-

лідний інститут Державної прикордонної служби України (далі – НДІ ДПСУ). Роботу з удосконалення й підвищення ефективності наукової та науково-технічної діяльності в умовах, що постійно змінювались, персонал НДІ ДПСУ здійснював на постійній основі. Для розвитку прикордонної науки НДІ ДПСУ було розроблено проект “Концепцію розвитку прикордонної науки до 2020 року” (далі – Концепція).

Реалізацію Концепції розраховано на період до 2020 року і спрямовано на забезпечення наукового супроводу Стратегії розвитку ДПСУ, основними напрямками якої є:

створення системи інтегрованого управління безпекою державного кордону України;

упровадження європейських норм і стандартів до системи прикордонного контролю;

удосконалення, формування й розвиток нових підрозділів швидкого реагування;

розвиток Морської охорони ДПСУ, модернізація й оновлення її корабельно-катерного складу;

модернізація системи управління й удосконалення її взаємодії з іншими складниками сектору безпеки й оборони;

розширення прикордонного та міжнародного співробітництва;

розвиток прикордонної інфраструктури;

формування сучасної системи логістики, ефективного управління матеріальними ресурсами;

удосконалення системи підготовки, комплектування, роботи з особовим складом, його соціального захисту;

підвищення ефективності системи запобігання та протидії корупції;

забезпечення відкритості та прозорості в діяльності відомства.

Реалізація Концепції сприятиме подальшому зростанню ролі прикордонної науки як важливого чинника модернізації відомства, збільшенню внеску до забезпечення прикордонної безпеки, обороноздатності та національної безпеки держави та зростанню іміджу прикордонної науки та прикордонного відомства в цілому.

Існує низка особливостей, які, на нашу думку, потрібно враховувати під час формування позитивного іміджу прикордонної науки:

імідж повинен бути адекватним сучасному образу прикордонної науки;

імідж повинен бути спрямований на конкретну групу споживачів;

створений імідж прикордонної науки має відповідати характеристикам: динамічність, функціональність, пластичність, багатогранність, відносна стабільність [11].

Отже, формування позитивного іміджу прикордонної науки залежатиме:

від чисельності висококваліфікованих працівників (докторів наук і кандидатів наук);

наявності певної кількості наукових шкіл;

кількості вчених, що були обрані членами і членами-кореспондентами вітчизняних національних та зарубіжних академій наук;

кількості лауреатів державних і міжнародних премій (у галузях військово-технічних, психологічних, педагогічних і гуманітарних наук);

кількості програм і проектів у сфері міжнародного наукового і науково-технічного співробітництва, у виконанні яких беруть участь фахівці прикордонної науки;

обсягу залучених коштів зарубіжних юридичних і фізичних осіб та внутрішні витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт;

дивідендів, отриманих від наукової діяльності;

наукової ваги статей у вітчизняних і закордонних наукових журналах, опублікованих фахівцями прикордонної науки спільно з зарубіжними авторами;

наукової ваги статей у наукових фахових журналах НДІ ДПСУ та Національної академії Державної прикордонної служби України імені Б. Хмельницького (НАДПСУ), опублікованих зарубіжними авторами;

кількості державних цільових наукових і науково-технічних програм, у виконанні яких беруть участь фахівці прикордонної науки;

кількості монографій, енциклопедій, словників та підручників (без урахування навчальних посібників), виданих в Україні і за кордоном фахівцями прикордонної науки;

кількості отриманих патентів на інтелектуальну власність та проданих ліцензій на їх використання (в Україні і за кордоном);

кількості чинних патентів на винаходи, отриманих в Україні і за кордоном;

кількості міжнародних наукових об'єднань (академій, асоціацій, товариств тощо), у роботі яких беруть участь фахівці прикордонної науки;

кількості закордонних реферативних і наукометричних баз даних, в яких індексуються наукові фахові видання НДІ та НАДПСУ;

кількості статей, опублікованих фахівцями прикордонної науки у вітчизняних фахових виданнях і закордонних наукових журналах з високим імпаکت-фактором;

представленості у веб-рейтингах наукових центрів світу “Ranking Web of World Research Centers” та “Ranking Web of World Universities” станом на поточний рік фахівцями прикордонної науки;

рівня відповідності тематики робіт, які проводилися, за пріоритетними напрямками розвитку науки і техніки фахівцями прикордонної науки;

рівня відповідності тематики робіт, які проводилися за державним замовленням фахівцями прикордонної науки;

рівня розвитку інфраструктури досліджень, поліпшення їх ресурсного забезпечення;

зміцнення кадрового потенціалу, запровадження нових підходів щодо його формування, створення та підтримки провідних наукових шкіл, залучення до науки талановитої молоді;

подальшої інтеграції до міжнародного наукового співтовариства [12].

Результати проведеного аналізу свідчать, що імідж прикордонної науки – це цілеспрямований сформований образ, враження, уявлення, що будуються на основі результатів наукової діяльності фахівців прикордонної науки з метою формування позитивного стереотипу у персоналу ДПСУ та у суспільстві в цілому.

Перспективами подальшого дослідження є визначення основних напрямів формування іміджу прикордонної науки.

Список використаної літератури

1. Королько В. Г. Основи публік рілейшнз : посібник / В. Г. Королько. – Київ : Інститут соціології НАН України, 1997. – С. 184.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) [уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел]. – К. : Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.
3. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа : стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
4. Шепель В. М. Как нравиться людям / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.
5. Гуревич П. С. Приключения имиджа : Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. – М. : Искусство, 1991. – 219 с.
6. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2001. – 698 с.
7. Соціологічна енциклопедія / укладач В. Г. Городяненко. – К. : Академ-видав, 2008. – 456 с.
8. Краткий политический словарь / В. П. Абаренков, Т. Е. Абова, А. Г. Аверкин и др. ; [сост. – ред. Л. А. О니кова, Н. В. Шишлина]. – 6-е изд., доп. – М. : Политиздат, 1989. – 623 с.
9. Універсальний словник-енциклопедія / гол. ред. ради академік НАНУ М. Попович. – 4-те вид., виправл., доп. – К. : Видавництво “ТЕКА”, 2006. – С. 205.
10. Філософія : навч. посіб. / С. В. Головка. – К. : Либідь, 1994. – 390 с.
11. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Л. Г. Шморгун. – К. : Знання, 2010. – 452 с.
12. “Про затвердження порядку оцінки розвитку діяльності наукової установи” : наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 03.04.2012 року № 399. – К., 2012.

*Рецензент – доктор наук з державного управління,
доцент Довгань В. І.*

Стаття надійшла до редакції 04.03.2016

Бунеев Т. В., Синкевич С. В. **Особенности формирования положительного имиджа пограничной науки**

В статье проанализированы взгляды отечественных и зарубежных ученых на суть и виды имиджа. Авторами также представлены особенности формирования положительного имиджа пограничной науки.

Ключевые слова: *имидж, особенности, пограничная наука, формирование.*

Buneev T. V., Sinkevych S. V. **Features of border science positive image formation**

The article analyzes the views of domestic and foreign scientists on the image. The authors also present a positive image features frontier science which depends on: number of highly skilled workers (doctors and candidates of sciences); the availability of a number of scientific schools; the number of scientists who were elected members and associate members of the national domestic and foreign academies of science; number of winners of national and international awards (in the field of military-technical, psychological, pedagogical and human sciences); the number of programs and projects in the field of international scientific and scientific-technical cooperation, implementation of which involved border science experts; the volume of attracted funds of foreign legal entities and individuals and internal costs of carrying out scientific and technical work; dividends received from scientific research; the weight of scientific articles in domestic and foreign academic journals published by border cooperation science experts with foreign authors; the weight of scientific articles in scientific journals of Scientific Research Institute of State Border Service of Ukraine (SRI SBSU) and National Academy of State Border Service of Ukraine named after Bohdan Khmelnytsky (NASBSU) published by foreign authors; the number of state target scientific and technical programs, performed involving border science experts; the number of books, encyclopedias, dictionaries and textbooks published in Ukraine and abroad by border science experts; number of patents obtained intellectual property and sold licenses for their use (in

Ukraine and abroad); the number of patents in force, received in Ukraine and abroad; the number of international scientific organizations (academies, associations, societies, etc.), attended by border science experts; the number of foreign and abstract scientometric databases, which professional publications of SRI and NASBSU are indexed; the number of articles published by experts frontier of science in national professional journals and international scientific journals with high impact factor; the border science experts representation of web research centers world ranking “Ranking Web of World Research Centers” and “Ranking Web of World Universities” as for the current year; the level of border science experts work themes compliance conducted by the priority areas of science and technology; the level of border science experts work themes compliance conducted by government procurement; the level of research infrastructure development, improvement of its resource support; the human resources strengthening, introducing new approaches to its formation, creation and support of leading scientific schools, involving talented young into science; further integration into the international scientific community.

Keywords: *image, features, border science, formation.*