

УДК 37:001.89

Тарас БУНЄЄВ,

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

Сергій СІНКЕВИЧ,

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

ІМІДЖ ДЕРЖАВНОЇ ПРИКОРДОННОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ

У статті проаналізовано погляди науковців, що досліджували різні аспекти іміджу. Авторами представлено результати аналізу наукової літератури щодо сутності іміджу Збройних Сил та правоохоронних відомств України, що дозволило сформулювати визначення та основні функції іміджу Державної прикордонної служби України.

Ключові слова: *Державна прикордонна служба України, імідж, основні функції, сутність.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Європейський вектор розвитку України не може бути забезпечено без наявності у держави позитивно сформованого іміджу у світі. Імідж держави складається з іміджу її основних інститутів. Одним із важливих інститутів держави, що забезпечує безпеку кордонів, є Державна прикордонна служба України (далі – ДПСУ). Тому питання дослідження іміджу ДПСУ сьогодні є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опираються автори. Результати аналізу останніх досліджень свідчать, що значна кількість науковців досліджували різні аспекти іміджу: імідж організації висвітлено в працях Л. Брауна, Є. Гришуніної, К. Ліфара, О. Кудінова, М. Піскунова, Г. Почепцова, М. Самохіна; імідж міліції досліджували В. Болотова, І. Воробйова, Ю. Легеза, Н. Малушкіна, С. Недов, Г. Пономаренко, О. Порфімович, В. Столбова, А. Токарська, О. Чукаєва, О. Юрчук та ін.; імідж Збройних Сил розглянуто у працях В. Алещенка, В. Данилова, Д. Давидова, У. Ільницької; імідж Державної фіскальної служби України розглядав В. Фесюнін. Але в цей же час не в повному обсязі приділялась увага іміджу ДПСУ.

Метою статті є на основі поглядів науковців на поняття “імідж” визначити сутність та основні функції іміджу ДПСУ.

Виклад основних результатів дослідження. У своєму дослідженні “Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян” І. Воробйова підкреслює, що “...імідж міліції визначається іміджем її працівників, і саме через їх імідж громадяни оцінюють усю організацію та складають уявлення про неї в цілому” [1, с. 7].

У наукових працях С. Денисюка визначено, що імідж правоохоронних органів є їх комплексним образом, що складається із зовнішніх та внутрішніх елементів сприйняття, на яких у суспільній свідомості акцентується увага з метою формування позитивної оцінки тих чи інших характеристик діяльності або носія іміджу в цілому [2, с. 421–426].

Заслуговує уваги думка О. Цільмака, який визначає імідж органів внутрішніх справ (далі – ОВС) як сформований об’єктивний образ, уявлення, що символізує сутність правозастосовної діяльності правоохоронців у соціальному просторі, а імідж працівника ОВС – це об’єктивний портрет сучасного правоохоронця. Імідж органів внутрішніх справ науковцями розглядається у широкому та вузькому значенні. У широкому значенні – це імідж органів внутрішніх справ, у вузькому – це імідж конкретного працівника ОВС. Думку І. Воробйової підтверджує О. Цільмак про те, що імідж ОВС залежить від іміджу його працівників

та навпаки. Науковець доходить висновку про те, що кожний працівник органів правопорядку повинен підтримувати авторитет та імідж міліції у масовій свідомості та соціальній реальності сьогодення [3].

Ми погоджуємося з думкою В. Ромадикіна, що імідж – це представницький образ, що створюється для населення. Імідж міліції в цілому як певної державної інституції створюється, виходячи із завдань, які постають перед тим чи іншим органом виконавчої влади, та основних принципів діяльності цієї інституції, окреслених законодавчою системою держави [4].

На думку В. Бесчасного і О. Тимченка, імідж персоналу ОВС – це не міф або штучно створюване кліше, а об’єктивний портрет, у якому всі фарби відображають реальні персоналії сьогодення. Об’єктивний характер іміджу міліції підтверджується життям, і необхідно набувати досвіду, щоб постійно впливати на нього й підвищувати його [5].

Також заслуговує на увагу думка М. Білозерських, який визначає імідж ОВС як емоційний образ силового відомства, що формується стихійно і цілеспрямовано, і здійснює психологічний вплив на різні соціальні групи [6].

У статті “Досвід формування позитивного іміджу міліції України: порівняльний аналіз” С. Мозоля визначено, що імідж – це взаємодія між міліцією і населенням, що спрямована на формування позитивного враження про ОВС у суспільстві [7].

Цікавою є думка В. Столбова: “...імідж міліції – це цілеспрямовано сформований образ, враження, уявлення щодо окремого працівника міліції (зовнішнього вигляду, мови, темпераменту, інтелекту, характеру дій, вчинків), органу внутрішніх справ, системи Міністерства внутрішніх справ в цілому і якості виконуваних професійних завдань, функцій з метою популяризації, створення позитивного стереотипу у масовій свідомості” [8].

Було взято до уваги думку В. Фесюніна, який вказував, що імідж Державної фіскальної служби України – це враження, яке справляє особа, організація або інститут на одну або більше груп громадськості [9].

Ураховано у роботі думку В. Алещенка: “...імідж Збройних Сил України можна трактувати як їх емоційно забарвлений символічний

образ або узагальнене стереотипне уявлення про них, стихійно чи цілеспрямовано сформоване в масовій свідомості” [10].

У статті У. Ільницької “Імідж Збройних сил України як політико-психологічна категорія” подано таке визначення іміджу Збройних сил – “...це об’єктивний фактор, емоційно забарвлений символічний образ, узагальнене стереотипне уявлення, стихійно або цілеспрямовано сформовані в масовій свідомості, які в концентрованій формі передають суть цієї структури та несуть певне інформаційне навантаження” [11, с. 80].

Наукові погляди В. Данілова було взято за основу для визначення сутності та основних функцій іміджу ДПСУ. Імідж Збройних Сил потрібно розуміти як образ і уявлення про їх місце і роль в оборонній політиці держави, що склалися в масовій свідомості на основі повсякденної діяльності армійських структур та їх відображення у засобах масової інформації визначає В. Данілов [12].

Розглянемо дві групи іміджевих функцій Збройних Сил, які виокремлює Д. Давидов. Перша група – внутрішні функції. До них належать, насамперед, функції мотивації належності до Збройних Сил, психологічного захисту та підтримки, адекватної самооцінки військовослужбовців. Тут виявляється взаємозв’язок внутрішнього і зовнішнього іміджу. Так, зміна сприйняття суспільством армії досить швидко відображається на самооцінці військовослужбовців, їх ставленні до професійної діяльності. Крім того, ці функції спрямовуються на зміцнення військової дисципліни, посилення мотивації до служби, підвищення морально-психологічного стану. Ефективний імідж воєнної організації є засобом психологічного захисту від труднощів військової служби. Друга група – зовнішні функції: 1) функція інформування, котра полягає в наданні соціальному середовищу інформації про армію; 2) функція впливу, що полягає у зміні ставлення цільової аудиторії до Збройних Сил (збільшення кількості людей, котрі бажають служити за контрактом, запобігання ухиленню від військової служби, поліпшення взаємостосунків з громадськістю); 3) функція узгодження, котра полягає у формуванні несуперечливої картини світу за участю Збройних сил як його органічної частини [12].

На думку О. Щурко, імідж армії – штучно сконструйований образ соціально-політичного інституту (Збройних Сил), який виступає в державі основним елементом воєнної організації та інструментом здійснення легітимного насилля [13].

Отже, єдиного підходу до визначення сутності іміджу силових та правоохоронних структур України немає, кожний з дослідників розкриває певну сторону цього поняття. Виходячи з аналізу поглядів закордонних і вітчизняних, військових і цивільних науковців та особливостей професійної діяльності, основних завдань та функцій, які покладено на ДПСУ, можна визначити сутність та основні функції її іміджу.

Імідж ДПСУ – це сформований образ, враження, уявлення щодо прикордонного відомства у суспільстві, які можна моделювати, коректувати та формувати за допомогою різних засобів для створення позитивного стереотипу у масовій свідомості.

Висновки. Особливості формування (корекції) іміджу прикордонного відомства дозволяють виділити дві групи іміджевих функцій. Перша група – внутрішні функції, які включають:

створення позитивного клімату та морально-психологічного стану у прикордонному відомстві;

зміцнення військової дисципліни та правопорядку в органах і підрозділах ДПСУ;

формування почуття гордості за належність до прикордонного відомства у персоналу ДПСУ;

формування позитивного ставлення в персоналу ДПСУ до керівників прикордонного відомства;

формування відданості прикордонному відомству та професійного ставлення до виконання своїх службових обов'язків.

Друга група – зовнішні функції, які включають:

формування позитивного враження про персонал прикордонного відомства у суспільстві;

підвищення престижу та авторитету прикордонного відомства у суспільстві;

формування позитивних взаєностосунків з громадськістю;

формування, контроль і надання соціальному середовищу та засобам масової інформації повідомлень щодо професійної діяльності прикордонного відомства;

формування позитивного ставлення у цільовій аудиторії до прикордонного відомства – професійно-орієнтаційна робота (збільшення кількості людей, котрі бажають служити за контрактом, та запобігання ухиленню від військової служби).

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі полягають у визначенні основних складових іміджу ДПСУ.

Список використаної літератури

1. Воробйова І. В. Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.06 / І. В. Воробйова ; Харк. нац. ун-т внутр. справ. – Харків, 2007. – 19 с.
2. Денисюк С. Г. Репутація правоохоронних органів України : політико-соціологічний аналіз / С. Г. Денисюк // Гілея : науковий вісник : Збірник наукових праць. – 2014. – Випуск 89. – С. 421–426.
3. Цільмак О. М. Вплив репутаційних ризиків на імідж органів внутрішніх справ / О. М. Цільмак // Юридичний науковий електронний журнал. – 2014. – № 1. – С. 93–95 – Електрон. дан. (1 файл). – Режим доступу : <http://www.lsej.org.ua/index.php/nomeri-zhurnalu>
4. Ромадикіна В. С. Методологічні підходи до психологічної інтерпретації феномена “імідж міліції” / В. С. Ромадикіна // Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні та психологічні науки / [гол. ред. О. В. Діденко]. – Хмельницький : Видавництво НАДПСУ, 2011. – № 3. – С. 39–48.
5. Бесчасний В. М. Імідж як складова успіху правоохоронця: до постановки проблеми / В. М. Бесчасний, О. В. Тимченко // Віче – 2012. – № 2. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/2938/>
6. Белозерских М. А. Стереотипы массового сознания и имидж органов внутренних дел / М. А. Белозерских // Молодой ученый. – 2010. – № 12. – Т. 2. – С. 48–50.
7. Мозоль С. А. Досвід формування позитивного іміджу міліції України: порівняльний аналіз / С. А. Мозоль // Науковий вісник Міжнародного гума-

нітарного університету. Юриспруденція / [гол. ред. Т. С. Ківалова]. – Одеса. – 2014. – № 10. – Випуск 3. Том 2. – С. 202–206.

8. Столбова В. В. Класифікація та структура іміджу міліції // Іменем закону. – 2008. – № 2. – С. 16–21.

9. Фесюнін В. М. До питання формування позитивного іміджу Державної фіскальної служби України в сучасних умовах / В. М. Фесюнін // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Юриспруденція / [гол. ред. Т. С. Ківалова]. – Одеса. – 2014. – № 10. – Випуск 2. Том 1. – С. 78–80.

10. Алещенко В. І. Імідж ЗС України : сутність, стан і напрями формування / В. І. Алещенко // Наука і оборона. – 2007. – № 3. – С. 35–44.

11. Ільницька У. В. Імідж Збройних сил України як політико-психологічна категорія / Уляна Ільницька // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку : [збірник наукових праць] / Національний університет “Львівська політехніка”. – Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2006. – Випуск 17. – С. 79–83.

12. Данілов В. В. Імідж Збройних Сил України: політологічний аналіз : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.2002, / Данілов Володимир Віталійович ; Нац. акад. наук України, Ін. держави і права ім. В. М. Корецького. – К., 2012. – 160 с.

13. Центр воєнної політики та політики безпеки. – Режим доступу : [Http : //defpol. org. ua/site/index. php/uk/arhiv/2010-01-06-09-33-10/6446-2011-07-20-10-51-19](http://defpol.org.ua/site/index.php/uk/arhiv/2010-01-06-09-33-10/6446-2011-07-20-10-51-19)

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

Стаття надійшла до редакції 01.11.2016.

Бунеев Т. В., Синкевич С. В. Имидж Государственной пограничной службы Украины: суть и основные функции

В статье проанализированы взгляды ученых на исследование разных аспектов имиджа. Авторами также представлено результаты анализа научной литературы по сути имиджа Вооруженных Сил и правоохранительных ведомств Украины, что позволило сформулировать определение и основные функции имиджа Государственной пограничной службы Украины.

Ключевые слова: Государственная пограничная служба Украины, имидж, основные функции, суть.

Buneev T. V., Sinkevych S. V. **The image of the State Border Guard Service of Ukraine: the nature and main features**

The article concerns the views of scientists that examined various aspects of the image. The authors also performed an analysis of the image essence within the Armed Forces and law enforcement agencies of Ukraine. With regard to the results of an analysis show that a common approach to defining the essence of the Armed Forces and various law enforcement agencies of Ukraine “image” there is no researcher who reveals a side of the concept. Based on this analysis and characteristics of professional activity, main tasks and functions assigned to State Border Guard Service of Ukraine (SBGSU) can determine the nature and basic functions of SBGSU image.

The SBGSU image is generated image, impression, idea of the border agency in the community, that can be simulated and generated by various means to create a positive stereotype in mass consciousness.

Features of the SBGSU image formation (correction) can be distinguished by two groups of image features. The first group – internal functions, including:

- creating a positive climate and morale in the border guard department; strengthening the military discipline and order in the organs and units of SBGSU;

- a sense of pride in belonging to the border guard agency staff in SBGSU;

- creating a positive attitude to SBGSU staff to heads of border guard departments;

- forming the border agency commitment and professional attitude to their duties.

The second group – external functions, including:

- creating a positive impression of the border guard agency staff in the society;

- increase the prestige and authority of the border guard agency in society;

- forming of positive relationships with the public;

- forming, control and social environment and media reports of professional activities of border guard agencies;

creating a positive attitude to the target audience to the border guard agency that means professional orientation at work (increasing the number of people who have been contracted to serve and to prevent evasion of military service).

Keywords: *State Border Guard Service of Ukraine, image, main features.*